磁力引擎 | 磁力数观

2020

Muse on KWAI

快 手 有 佳 人

女性人群价值报告

快手商业策略中心 – 磁力数观

2021.03

VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

报告导读

Muse on KWAI 2020

分析对象：

- 快手的活跃女性人群（每天至少登录一次）及其关注、搜索、消费等内容

数据周期：

- 核心数据为2020全年数据；对比数据主要为2020年7-12月近半年数据

名词及人群定义：

- 互动数：指在观看内容时产生的点赞、评论、分享数之和
- 高线城市：二线及以上城市。新线城市：三线及以下城市。
- 发展中新线城市：指城市规模、经济社会发展水平以及交通建设较为普通的中等城市，大部分以地级市为主，还包括个别省、自治区的省会、首府、自治州。
- 潜力新线城市：多数为西部地区的经济欠发达的地级行政区，同时还有少量中东部地区的中小城市。
- 潮酷女孩：以22岁及以下年龄为主，追求潮流、充满活力的年轻女孩
- 新锐白领：以23-30岁年龄段为主，走出校园，初入职场的年轻女性
- 超能妈妈：以23-50岁年龄段为主，处在不同的育儿阶段并独当一面的妈妈们
- 宝藏浪姐：以31-50岁年龄段为主，乘风破浪又A又飒的宝藏女性
- 乐活银发：包含51岁以上，即将或已经退休，追崇乐活生活方式的女性

主要内容：

- Part One「快手女性全景洞察」
- Part Two「快手女性细分解读」

前言

繁荣而充满活力的中国市场中，拥有近4亿年龄在20-60岁的女性消费者；她们每年掌控的消费支出高达10万亿人民币，接近欧洲德国、法国、英国零售市场的总和，足以构成世界第三大消费市场*。

在科技发展和市场经济的推动下，新时代的女性消费者消费结构与观念不断发生改变。她们追求品质生活和自我幸福感的提升，活出“女王”姿态，也正在打破传统消费性别界定，主导更多领域的消费特征。

该份报告力求更全面且清晰地展现快手上不同人生阶段女性的全域消费图鉴。

*埃森哲2019《智赢她经济：重新认识数字时代的女性消费者》

Part 01

全景洞察

快手有佳人·绝世而独立

- 快手女生年轻有活力，30+宝藏浪姐增势猛
- 内容消费包罗万象，爱美爱生活是第一要义
- “她力量”驱动“她经济”，消费潜力持续释放

快手女性年轻有活力，30岁以下超六成

2020年1-12月快手活跃女性人数增长17.7%；
12月，快手女性以22岁以下年轻人和31-50岁社会中坚为主。女性中有44.5%已育。

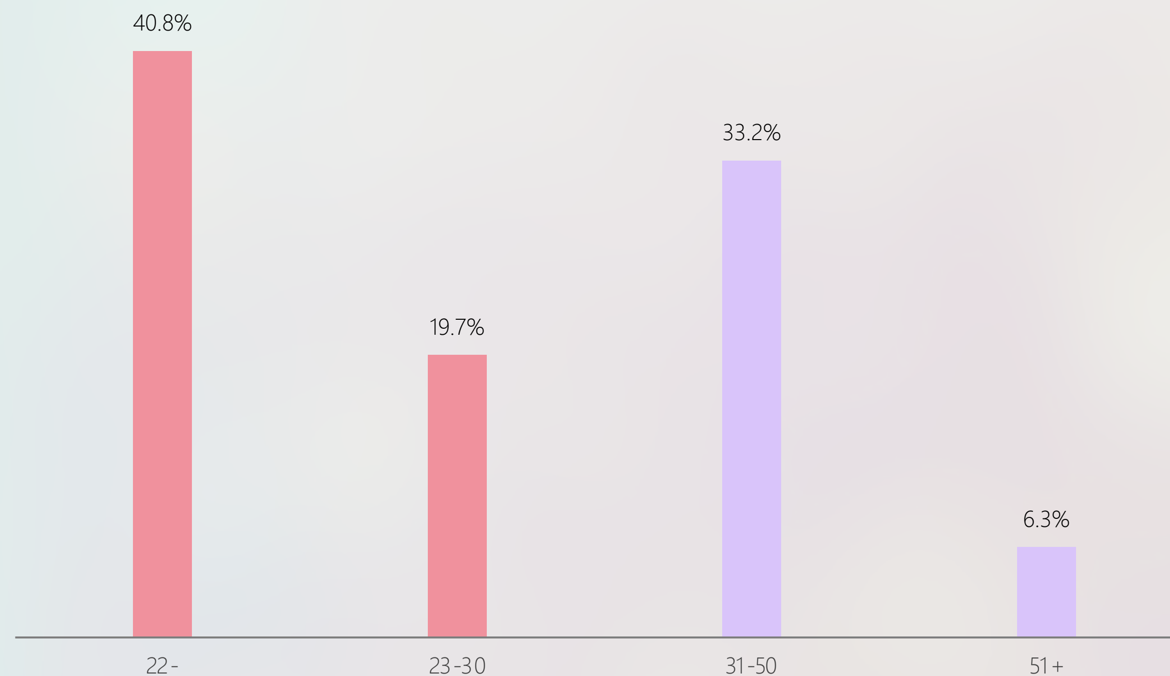
1-12月快手活跃的女性用户增速

+17.7%

12月快手女性用户中已育比例

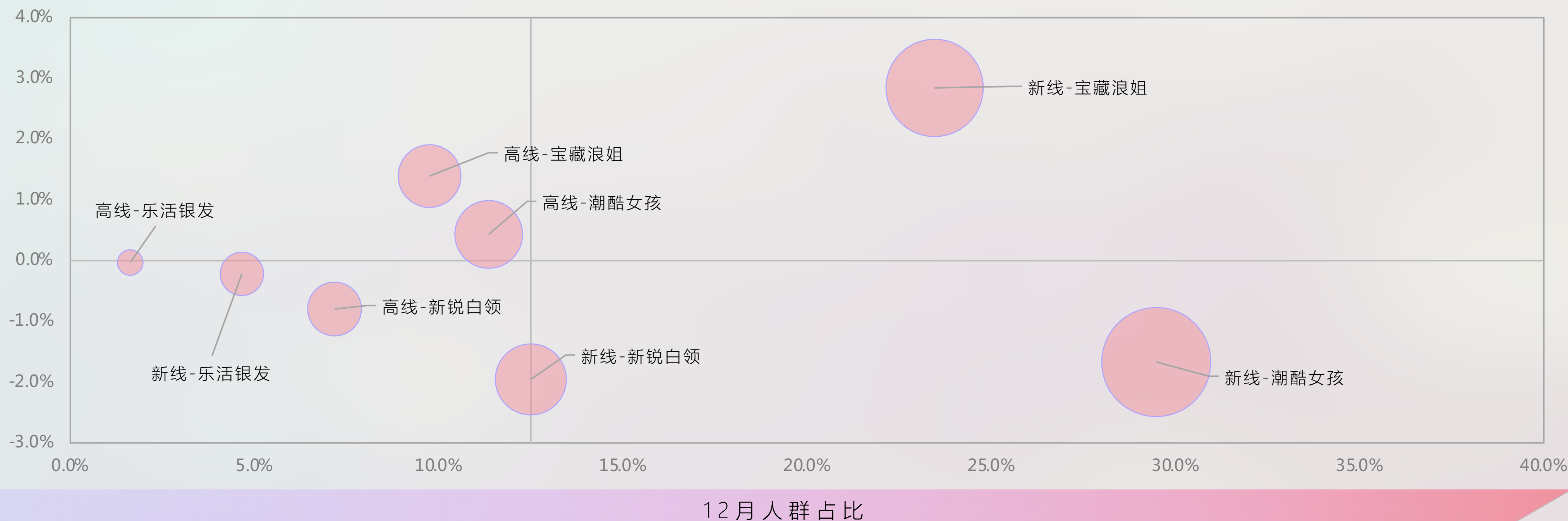
+44.5%

12月快手女性用户年龄结构



新线年轻女生是主力，30+宝藏浪姐增势猛

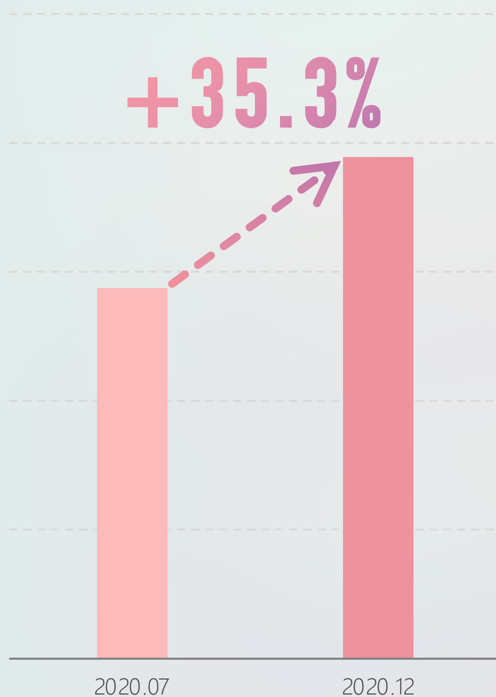
新线潮酷女孩是最大细分人群，占比为29.5%；
7-12月，31-50岁的宝藏浪姐增幅较高，其中新线增长2.8个百分点，高线增长1.4个百分点。

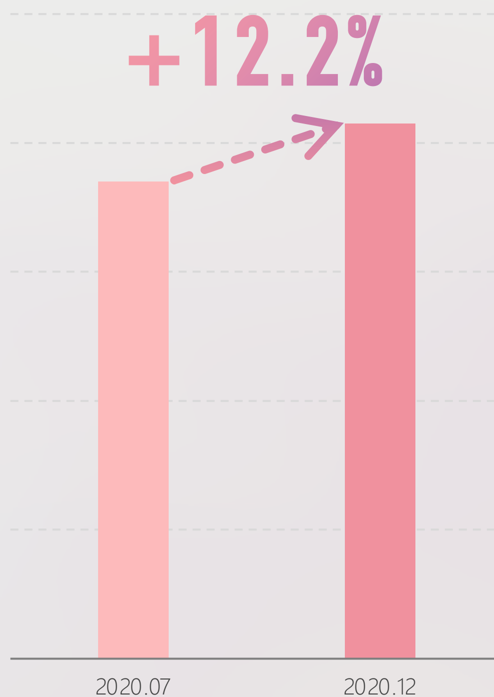


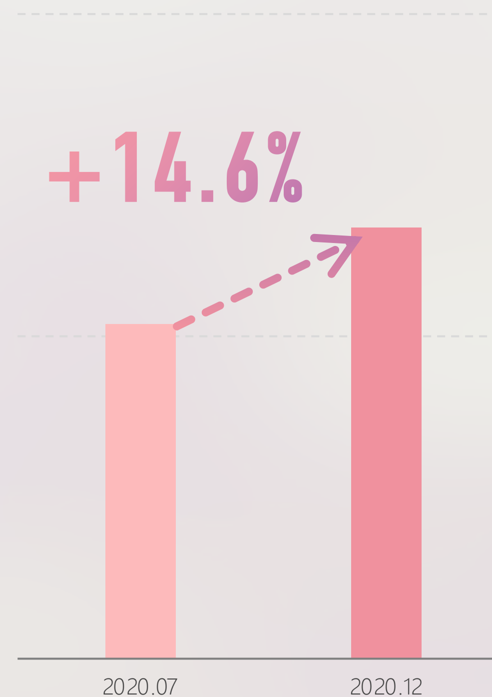
沉浸式刷视频看直播，女性打赏不犹豫

Muse on KWAI 2020

2020年7-12月快手女性观看内容增长35.3%；
内容互动数提升12.2%，观看直播进行打赏的次数上涨14.6%。

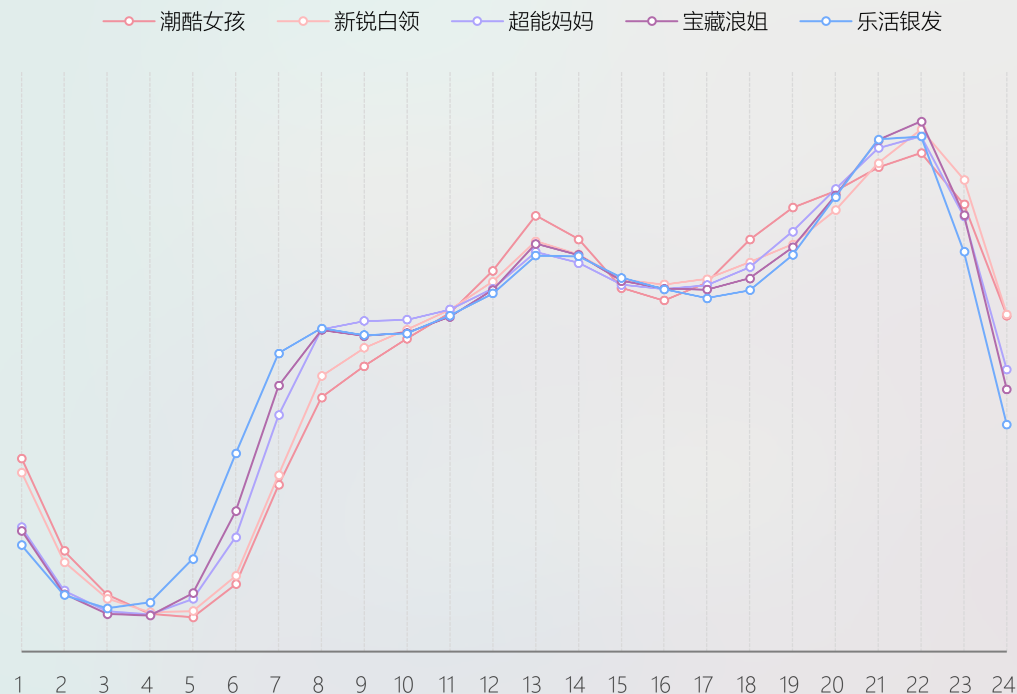


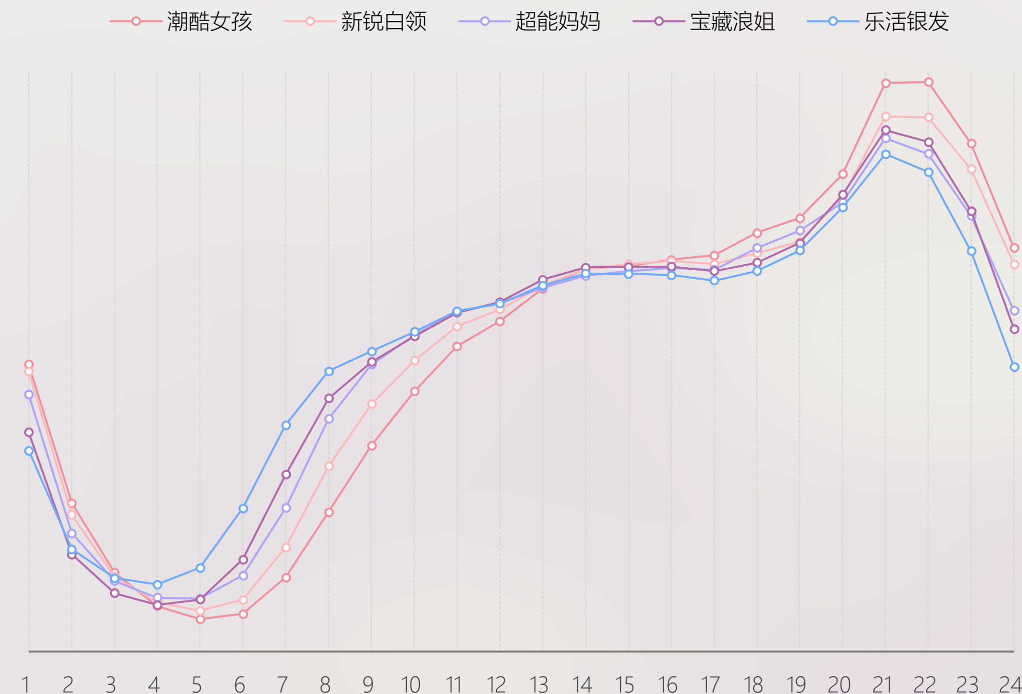




越年轻越熬夜，中午也是刷视频小高峰

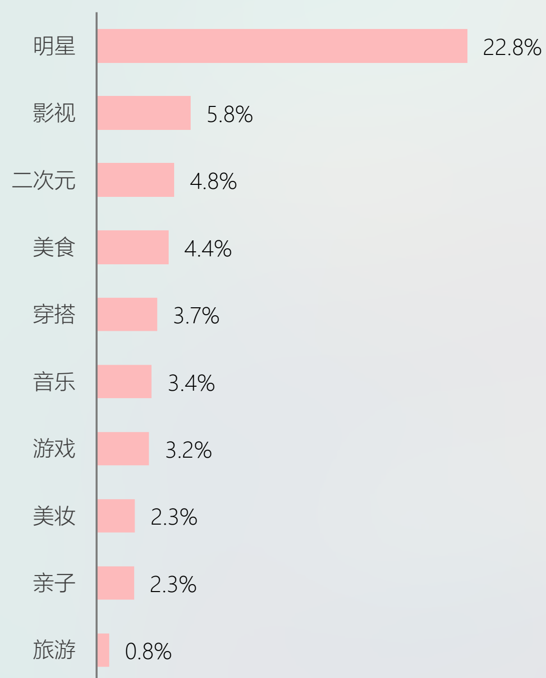
潮酷女孩是最能熬夜的女性群体，乐活银发相对更集中在中午之前看内容；
而看直播的时间则整体集中在晚上8点以后。

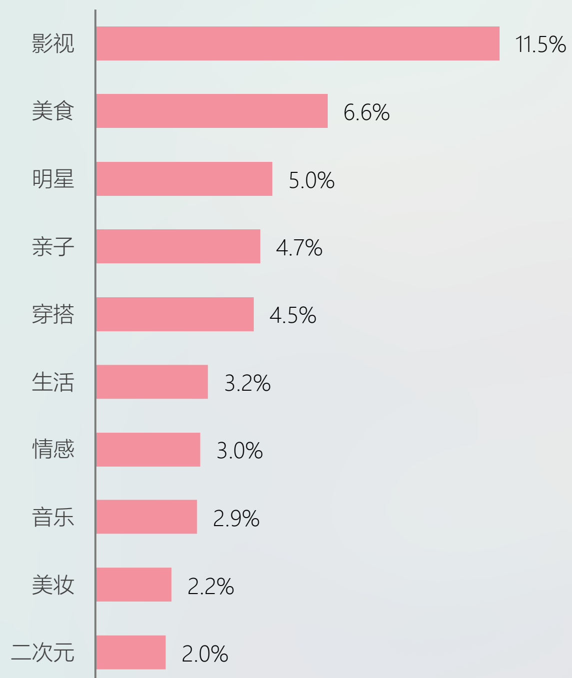




娱乐/颜值/生活是女性内容消费主力

12月女性对搜索和观看内容均呈现爱美、娱乐及生活化特征；
搜索比较关注明星、影视，而观看的内容也以影视、明星居多，对于直播则侧重服饰、美妆。



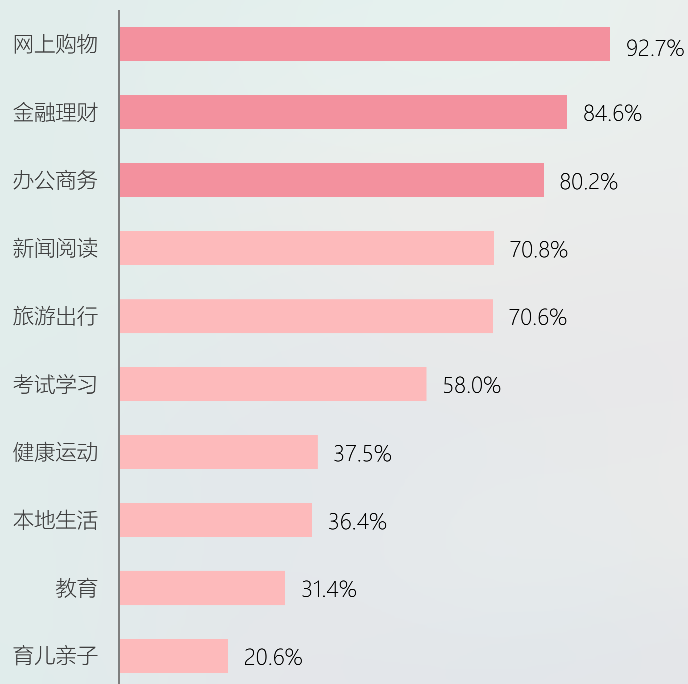


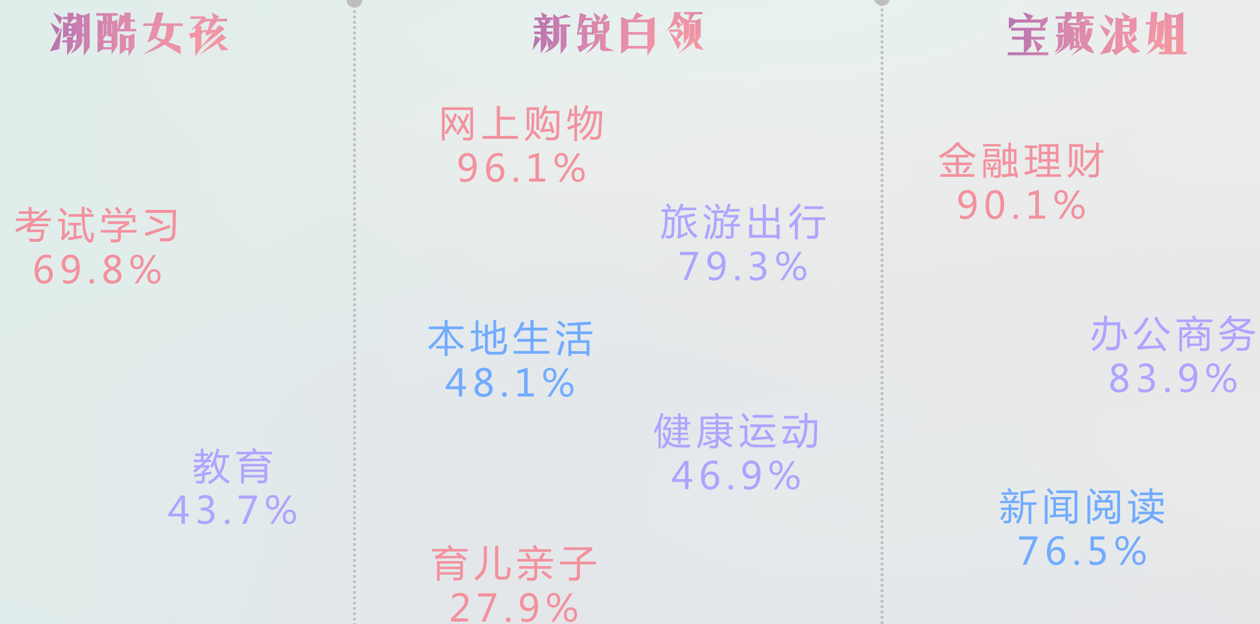


兼顾学习工作与生活，女性从来不只一面

Muse on KWAI 2020

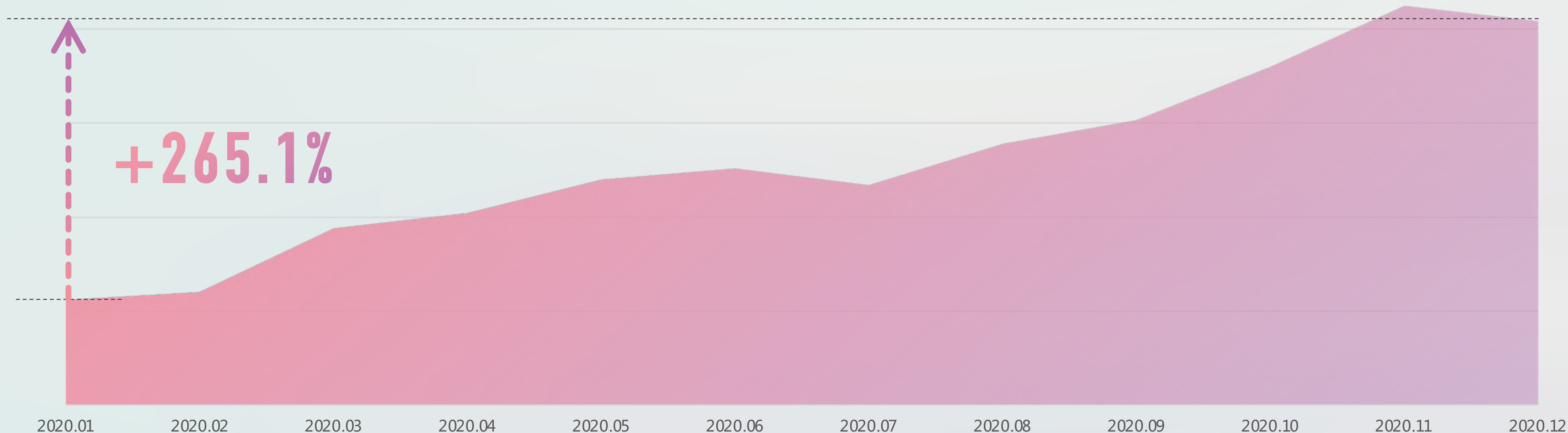
考试学习和教育内容在潮酷女孩中渗透率最高，购物、旅游、运动、亲子等在新锐白领中渗透率最高，金融理财、办公、阅读则在宝藏浪姐中渗透率最高。





2020年，快手女性消费力持续释放

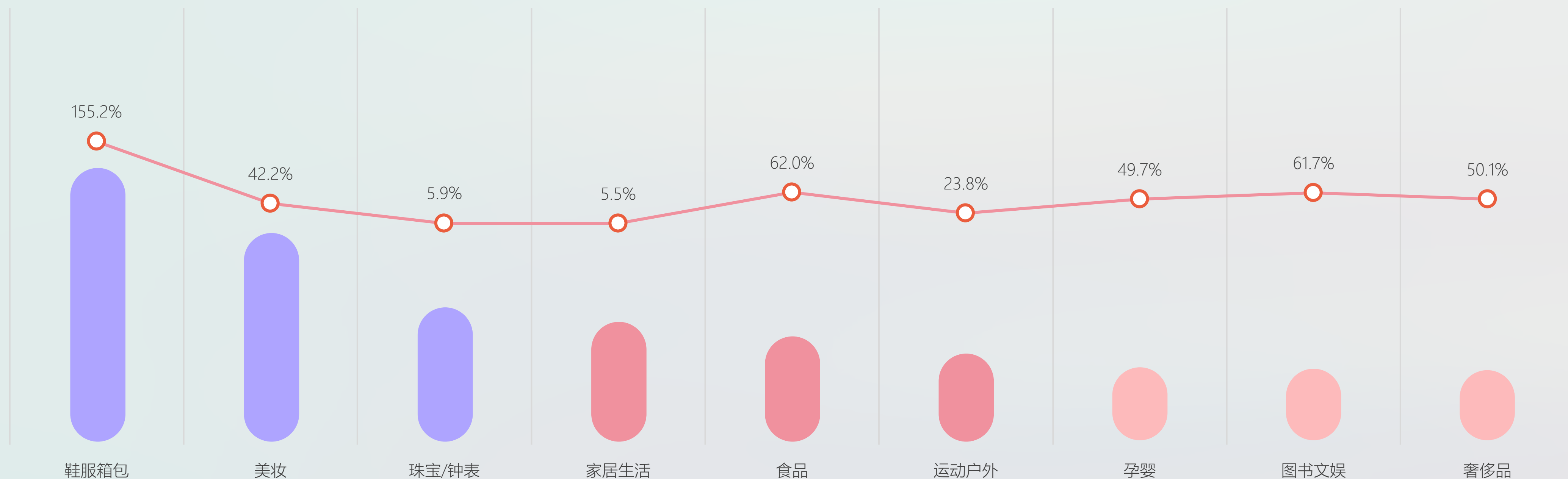
2020年1-12月快手女性通过快手消费增长265.1%。



Muse on KWAI 2020

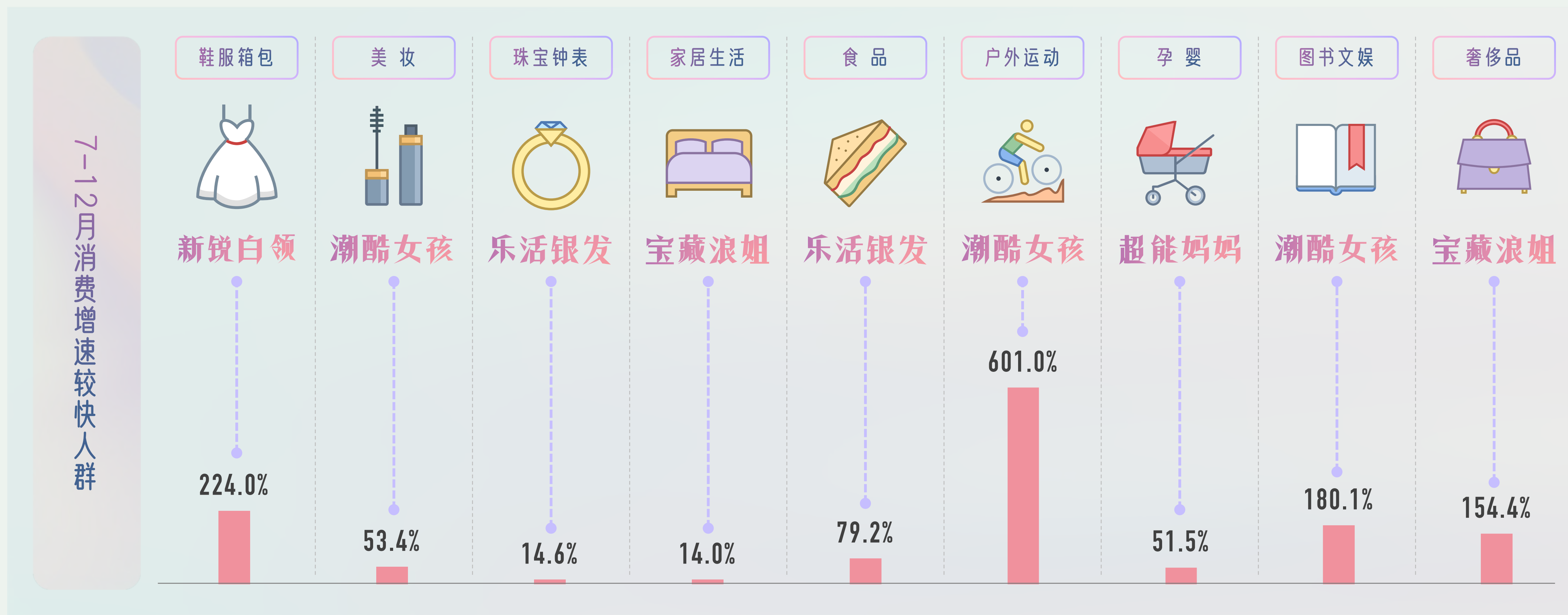
“她经济”驱动，各品类消费增势明显

2020年鞋服箱包和美妆是快手女性最爱消费品；
7-12月鞋服箱包、食品、图书文娱、奢侈品、孕婴消费增速较高。



消费呈明显差异，众女性各有姿态

2020年消费TOP商品中，鞋服箱包、美妆消费增速最快的是22岁及以下的时尚潮人。食品则是51+人群消费最快。家居生活消费增速最快的是31-50岁人群。



Part 02

细分解读

佳人有姿态，魅力各不同

- 潮酷女孩
- 宝藏浪姐
- 新锐白领
- 乐活银发
- 超能妈妈



Chapter 01

潮酷女孩

伴随着互联网发展，在独生子女核心家庭中成长起来的年轻女孩们，具有很高的自主消费意识和能力，消费理念独特而鲜明。

她们是时尚的先驱者，也是富有创意的色彩主义者；

她们崇尚独特的价值，不盲目追赶潮流；

她们从丰富的娱乐方式中汲取能量；

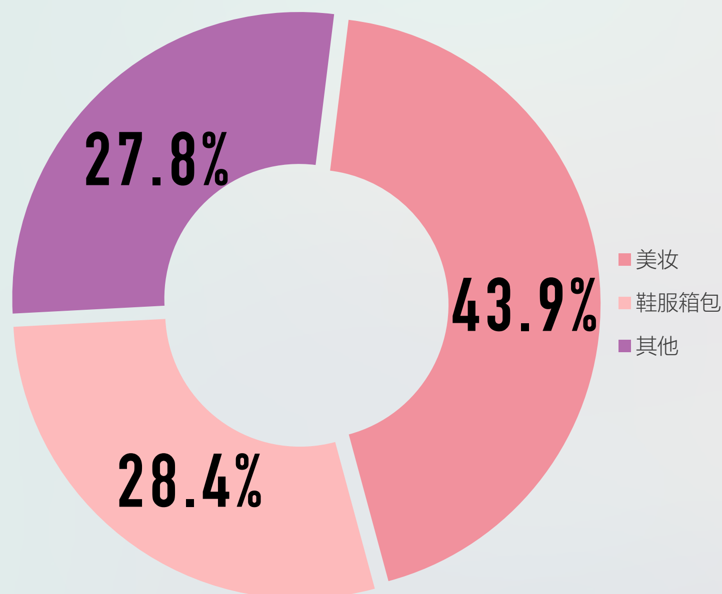
潮酷女孩，正在成为线上消费的新势力……

颜值追求第一要义，细致护肤是起步

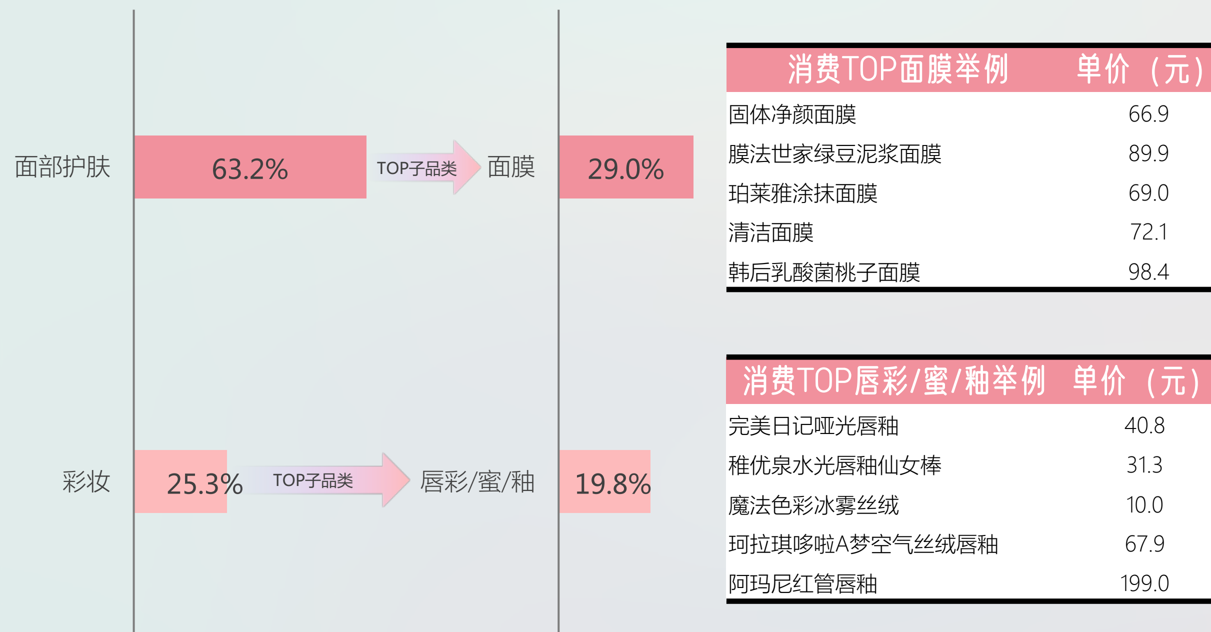
2020 Muse on KWAI

潮酷女孩的购物核心是美妆，占比超过40%，充分体现其爱美的特征，面部护肤和彩妆占据绝对地位，分别以面膜和唇彩类产品为主。

2020年潮酷女孩女性在快手消费构成



2020年潮酷女孩女性最爱品类



消费TOP面膜举例	单价（元）
固体净颜面膜	66.9
膜法世家绿豆泥浆面膜	89.9
珀莱雅涂抹面膜	69.0
清洁面膜	72.1
韩后乳酸菌桃子面膜	98.4

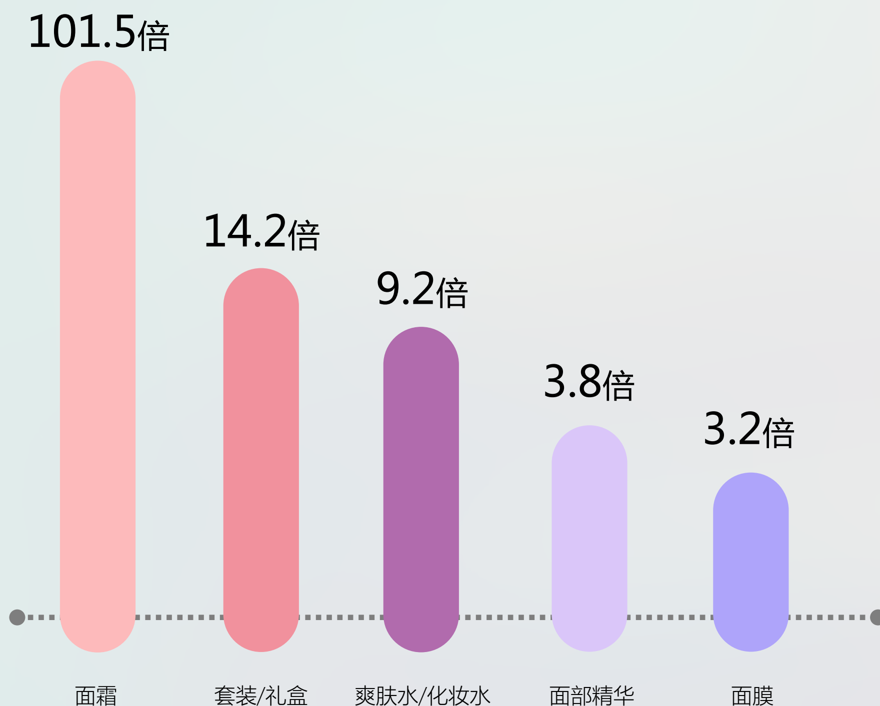
消费TOP唇彩/蜜/釉举例	单价（元）
完美日记哑光唇釉	40.8
稚优泉水光唇釉仙女棒	31.3
魔法色彩冰雾丝绒	10.0
珂拉琪哆啦A梦空气丝绒唇釉	67.9
阿玛尼红管唇釉	199.0

精致保养不嫌早，追求色彩不能少

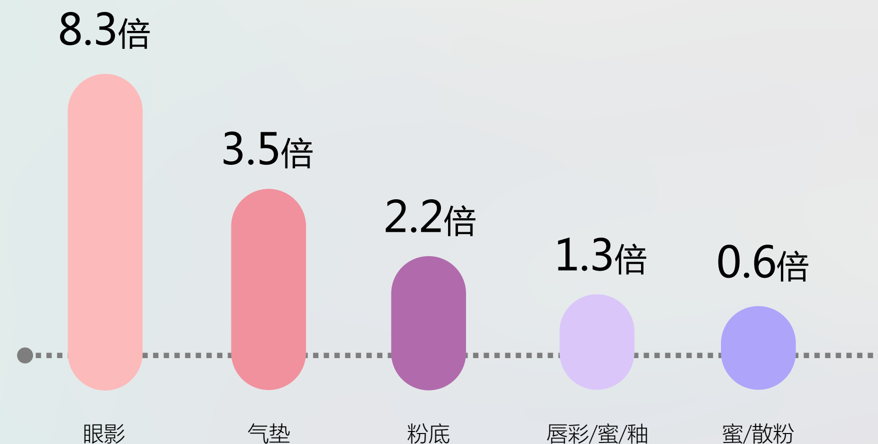
Muse on KWAI 2020

在12月面部护肤消费TOP品类中，面霜增速最快，年轻人越来越注重精致保养；同时在年轻人的美学字典中，颜色不能缺少，彩妆中眼影的增速很快。

12月面部护肤消费TOP品类中对比7月增速最快品类

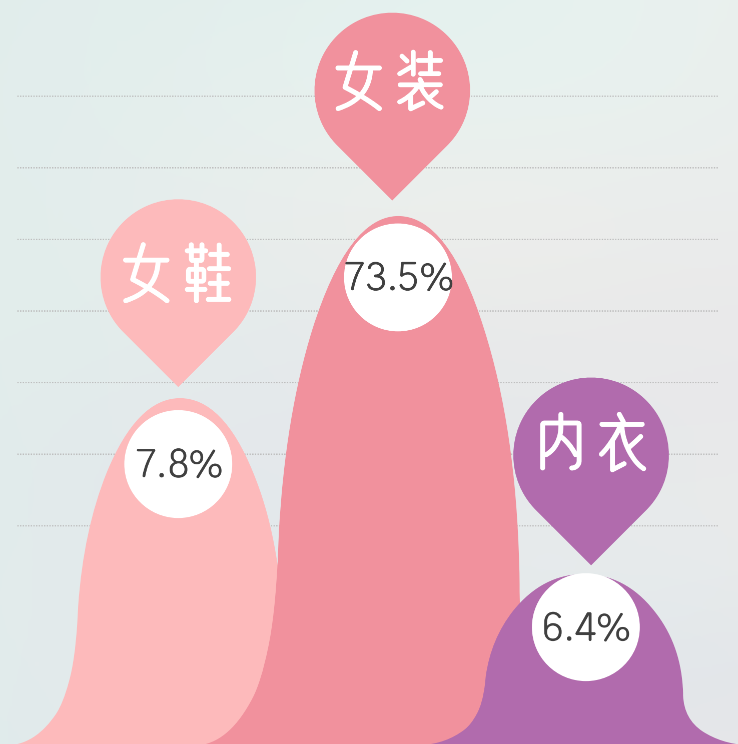


12月彩妆消费TOP品类中对比7月增速TOP品类



潮流穿搭显个性，走在时尚最前沿

季节不同，服饰的消费偏好不同。派克、工装彰显穿着个性，老爹鞋、脏脏鞋、马丁靴表明时尚态度，价格虽不贵，但气质不能丢。



12月消费TOP女装举例	单价（元）
毛领连帽工装口袋短款派克服	979.99
个性束脚加绒运动裤	60.01
幻彩活性印花羽绒服	368.57
加绒派克服	713.25
工装大口袋羽绒服	458.95

7月消费TOP女装举例	单价（元）
重磅真丝缎连衣裙	39.7
侧开叉泡泡袖裙子	91.0
情侣款莫代尔冰丝T恤	29.0
早秋韩版休闲小脚裤	34.8
雪纺小衫	88.1

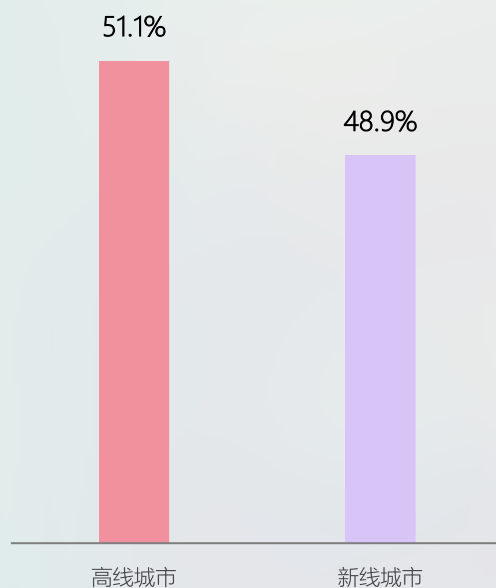
消费TOP女鞋举例	单价（元）
韩版网红休闲鞋	72.4
加绒加厚老爹鞋	94.7
脏脏星星鞋	39.5
鸳鸯高帮鞋	99.2
红色回忆马丁靴	127.9

购机消费梯度广，测评种草少不了

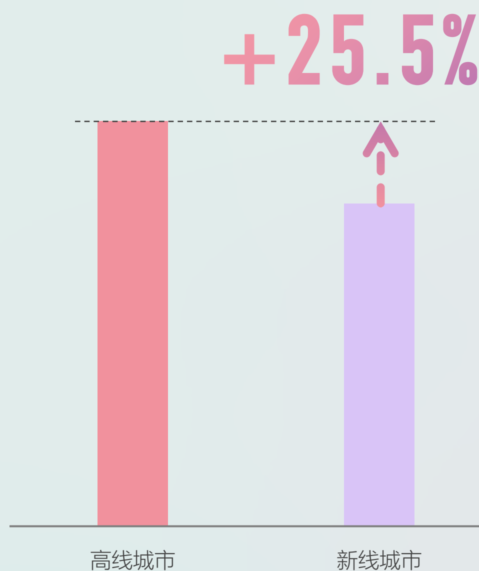
Muse on KWAI 2020

手机消费从几百元跨至几千元，高线潮酷女孩的消费单价比新线高25.5%，整体以国产手机为主。关注手机推荐、使用技巧和测评等。

手机总消费线级分布



不同线级手机消费单价



高线潮酷女孩购买手机举例	单价（元）
索爱XXN	698
Redmi K30S	2676
Apple iPhone 11	4405
ivviP60	599
Redmi Note 9 Pro	1827

新线潮酷女孩购买手机举例	单价（元）
索爱XXN	698
朵唯Mate30RS	999
Redmi K30S	2676
Redmi K30	1300
note8 pro 6	1049

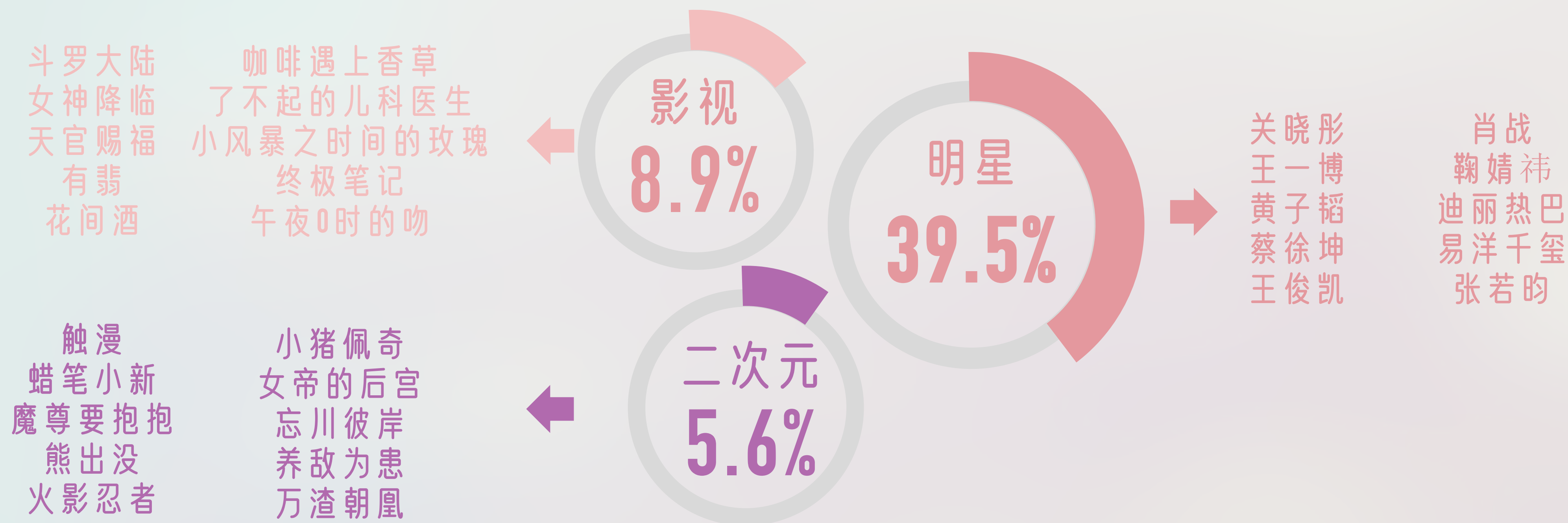
手机小技巧

测评　软件推荐　……

拍照　隐藏功能

追星即事业，娱乐即生活

最常搜索明星内容；其次是影视剧，其中以爱情、奇幻题材为主；
二次元以搜索漫画、连载小说为主。



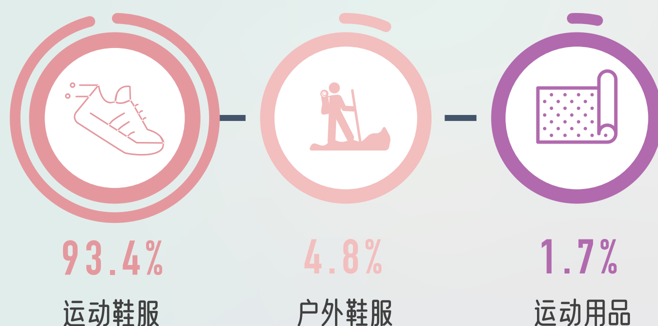
注：内容排序不分先后，只做示例展示

关注形体塑造，运动鞋服消费占比高

潮酷女孩很关注健身减脂，尤其重视腹肌，在户外运动的消费远高于其他年龄段女性，高线女孩在户外运动消费更高。

Muse on KWAI 2020

户外运动消费构成



93.4% 运动鞋服

4.8% 户外鞋服

1.7% 运动用品

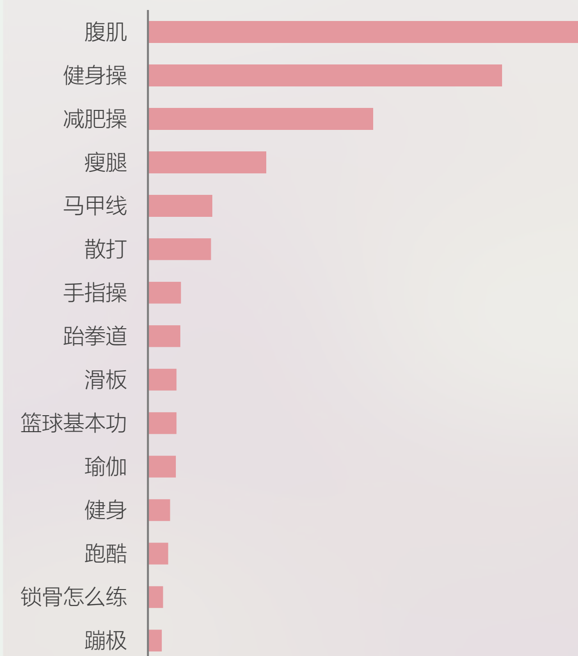
12月比7月户外运动消费增长

6倍+

户外运动分城市消费构成

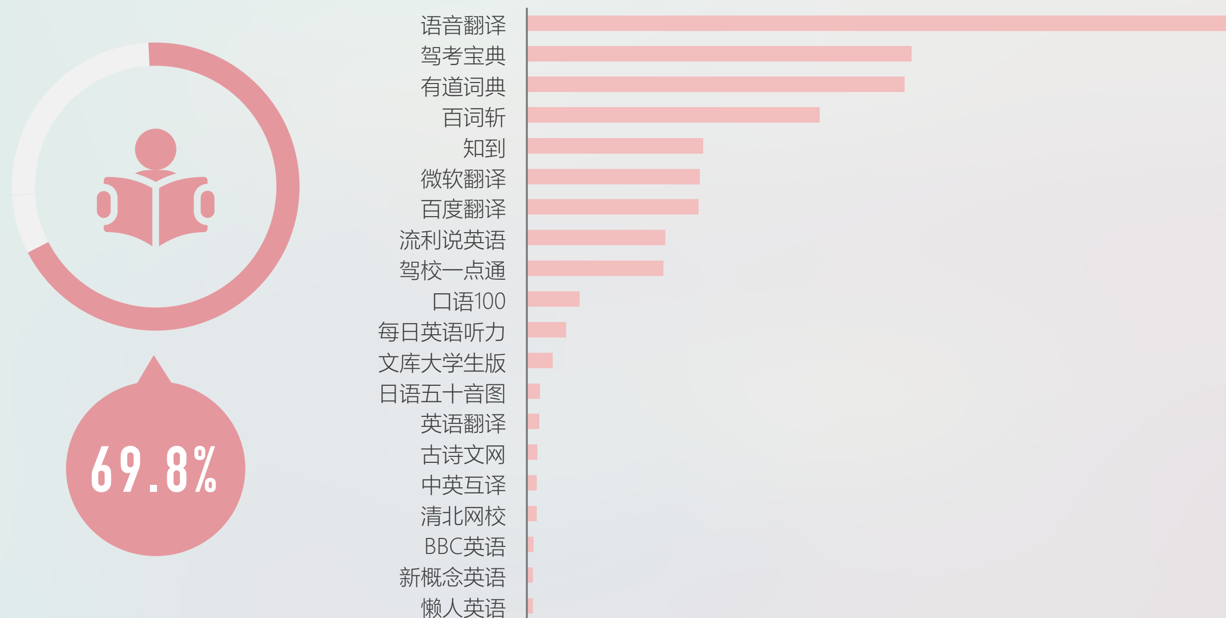
城市	占比
高线城市	66.7%
新线城市	33.3%

对运动的核心关注内容



热爱语言类学习，小说消费热情高

潮酷女孩对于教育学习内容渗透率高于其他年龄段，其中英语、日语及语言翻译类渗透率较高；同时对于小说有较高消费热情，7-12月消费上涨180%以上，以玄幻、爱情题材为主。



图书文娱类消费情况

12月对比7月
图书文娱消费增长

180%+

《撒野》

《海棠微雨共归途》

《破云2》

……

Muse on KWAI 2020

2020 Muse on KWAI

这就是快手

潮酷女孩

- 精致保养不嫌早，追求色彩不能少
- 穿搭气质显个性，走在时尚最前沿
- 追星娱乐即生活，文武双全不蹉跎



Chapter 02

新锐白领

打工人打工魂，以90后为主的新锐白领们处在事业奋斗初期，工作压力大，生活节奏快，对消费便利性和性价比有一定要求。

她们独立而有责任感；

她们对美的追求更在乎本质；

她们热爱生活、热爱分享、乐于尝试新鲜事物；

作为高收入、高压力、高消费的"三高"人群，新锐白领也脱颖而出。

从校园到职场，实现经济独立一小步

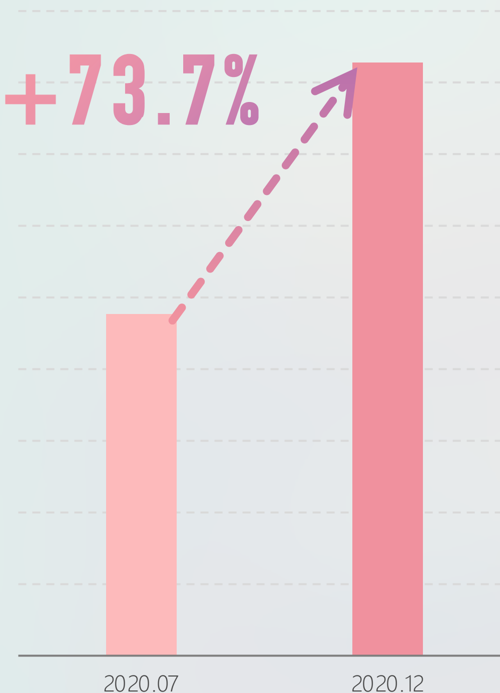
7-12月新锐白领消费增速领先其他年龄段，客单价也有大幅度提升。
相对于潮酷女孩，新锐白领消费偏好品类略有不同，鞋服箱包占比第一，家居生活类消费初见规模。

新锐白领消费增速

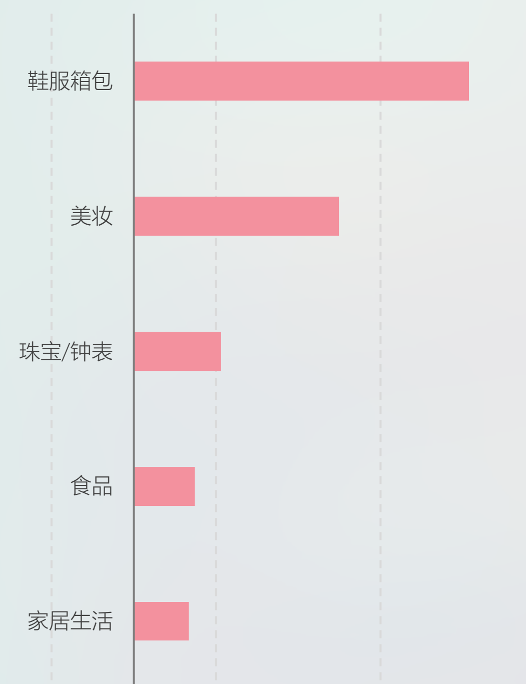
+90.7%

增速位居各年龄段TOP1

新锐白领客单价增幅



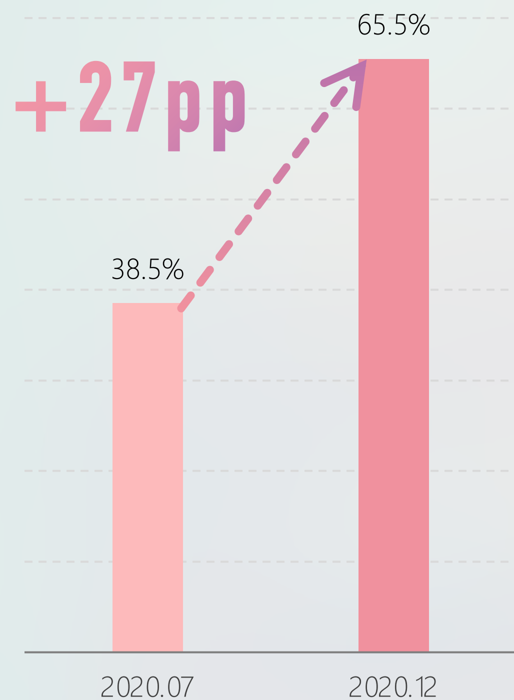
新锐白领2020年消费品类TOP5



消费领军穿搭一族，时尚实用要兼备

2020 Muse on KWAI

新锐白领消费增幅最高的是鞋服箱包品类，7-12月占比增长27pp；
羽绒服、女装、皮草等时尚与实用功能兼备的商品占比较高。





鞋服穿搭面面俱到，肩负全家人的形象管理

生活与经济逐步独立的新锐白领，是家庭鞋服消费的主力军。

2020年新锐白领鞋服消费TOP3单品

给自己

NO.1 小脚牛仔裤
NO.2 光腿神器女性袜
NO.3 女士内衣套装





给伴侣

NO.1 男士内衣
NO.2 男女情侣款冰爽速干衣
NO.3 男士保暖潮流帅气羽绒服

给父母

NO.1 一体绒妈妈款烫钻毛衣
NO.2 妈妈装套装
NO.3 妈妈款冰丝衫短袖套装





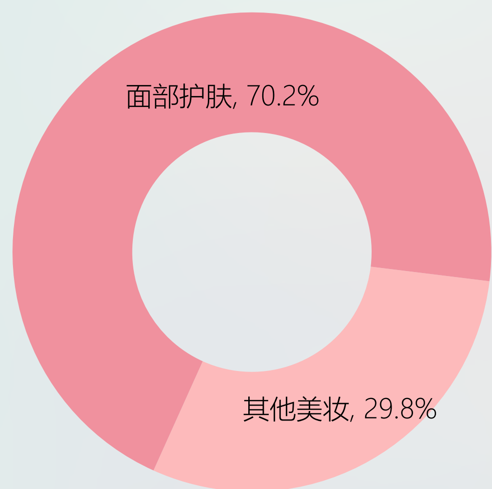
给孩子

NO.1 儿童保暖内衣套装
NO.2 网纱刺绣儿童羽绒服
NO.3 亲子儿童雪地靴

护肤保养是根本，有底子更有面子

新锐白领面部护肤消费高，更看重功效类护肤，如修复、抗初老、淡斑等。

2020年美妆消费构成



面部护肤热销产品功效关键词

淡化痘印
紧致
急救
修复
收缩毛孔
抗衰老
滋润保湿
防晒
淡斑
美白提亮

套装自用送礼皆适宜，高线白领护肤很精致

2020年面部护肤消费中，套装礼盒最受欢迎。高线城市更偏好精华，新线城市更偏好乳液、洁面等基础护肤。

面部护肤中套装礼盒占比最高

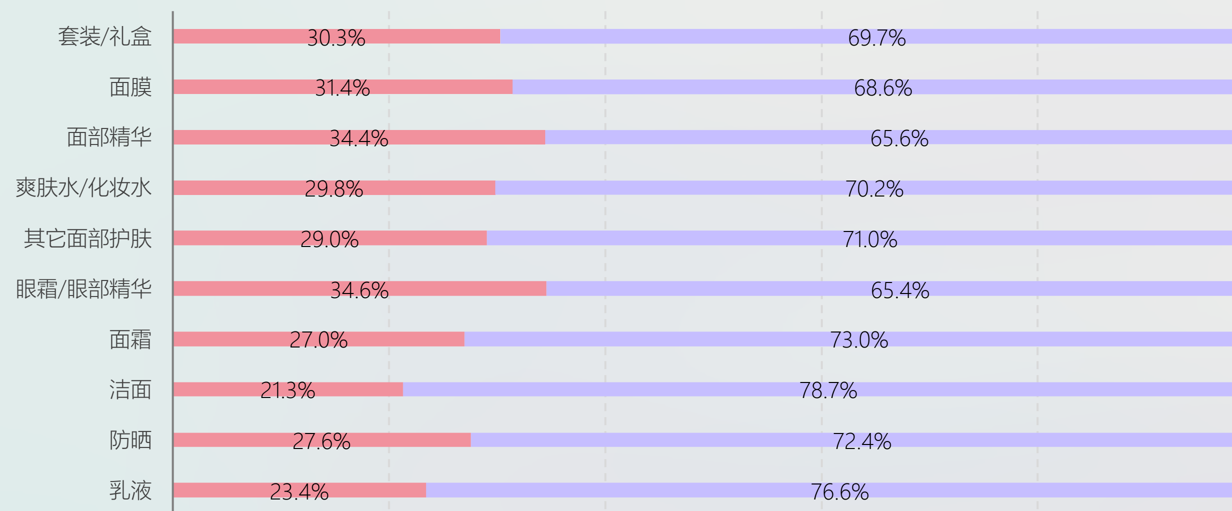
44.8%

2020新锐白领爆款面部护肤套装	单价（元）
韩束黑金臻养修护礼盒	599.0
奥洛菲鱼子胜肽紧颜臻享礼盒	256.3
薇丽缇臻颜水润套盒	441.5
吉軒曼熊果苷晶透美肌亮肤套盒	426.2
春之唤富勒烯逆龄修复组合	493.2
后天气丹套盒	1134.3

2020年新锐白领面部护肤类消费TOP10及城市分布

高线城市偏好 VS 新线城市偏好

面部精华、眼部精华　　乳液、洁面



寻觅品质生活，享受缤纷美食

新锐白领对品质生活有要求，水果、茶、酒、营养健康等品类呈现数十倍增长，领先其他食品饮料品类。

享受品质生活

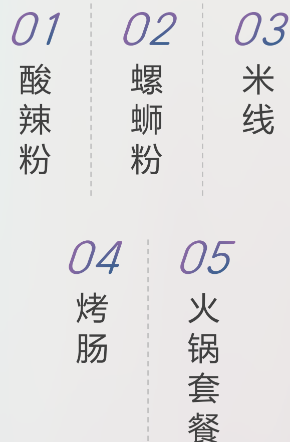
7-12月消费增速最快的食品品类



美味触手可及

方便食品消费占比

39.4%



下厨房的快乐

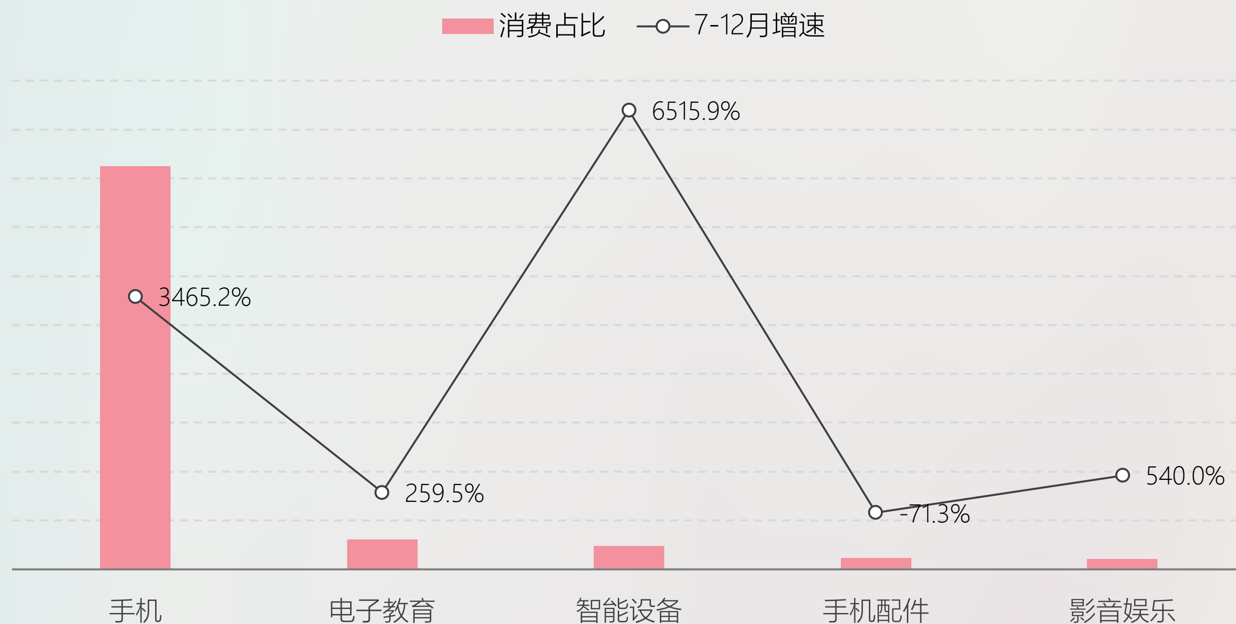
7-12月搜索词增速TOP10

奶茶
千层蛋糕
米线
黑桃
手抓饼做法大全
奶酪棒做法
大鸭梨
红烧肉
猪蹄
土豆做法大全

电子消费崭露头角，智能设备提升生活品质

手机数码类消费呈现高速增长，其中手机消费占比超八成，12月对比7月消费增长30倍+。

2020新锐白领手机数码消费TOP 5品类

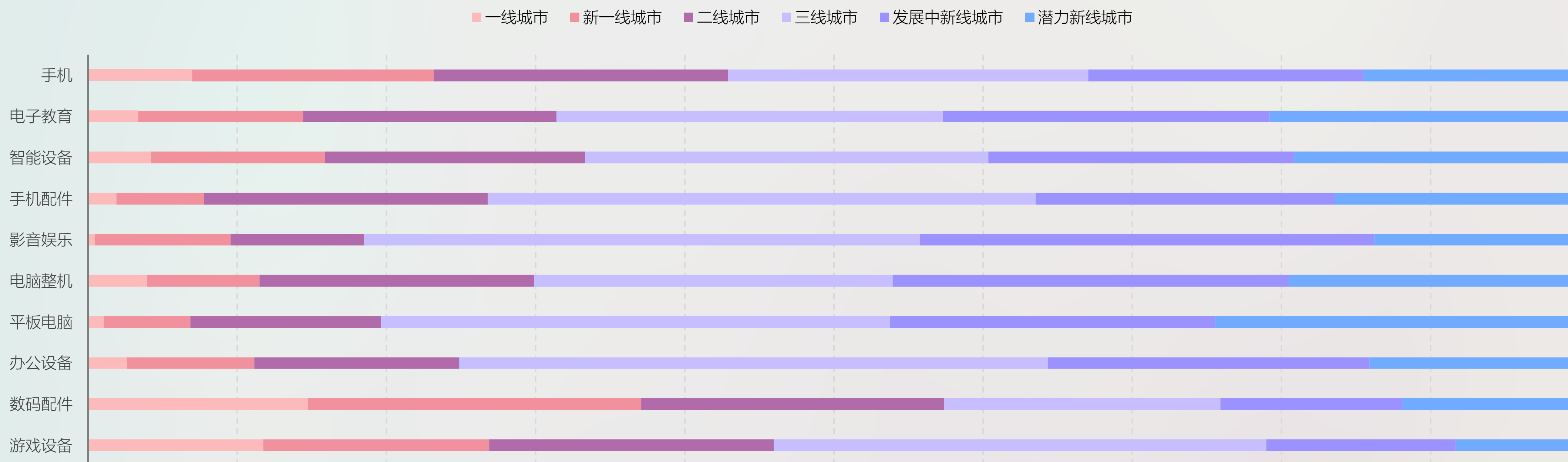


2020新锐白领购机热门机型



高线甘为游戏氪装备，新线影音娱乐不手软

高线白领偏好购买手机、数码配件、游戏设备等。
新线白领娱乐生活更丰富，更偏好购买手机声卡、话筒等影音娱乐设备。



Muse on KWAI 2020

这就是快手

新锐白领

- 消费领军穿搭一族，鞋服箱包面面俱到
- 美妆理念始于护肤，瞄准需求精准功效
- 氪金新宠智能设备，品质生活美食当先

Muse on KWAI 2020



Chapter 03

超能妈妈

每个妈妈都是平凡生活里的超级英雄。

她们上得厅堂下得厨房，在工作和家庭里独当一方；

她们是家庭消费的"大女主"，重视健康与安全；

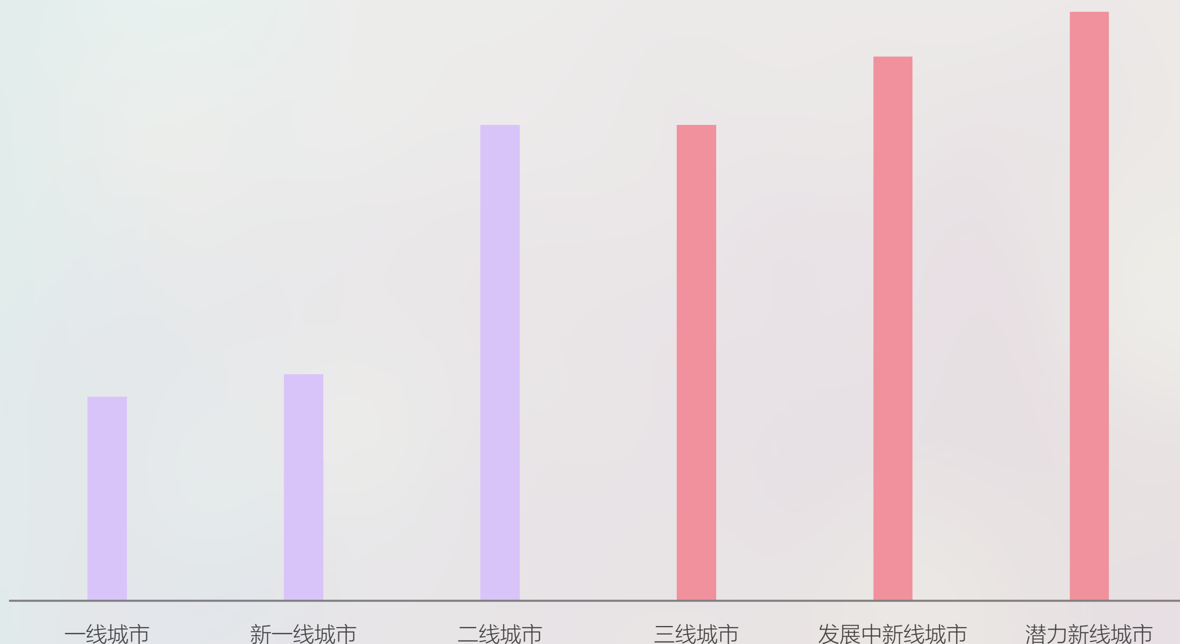
她们保持清醒，让步需求也懂得疼爱自己；

我们感谢每一位勇敢成为妈妈的超能女性；但也期望妈妈们不必一直"超能"。

工作家庭两不误，新线妈妈能量大



超能妈妈在工作和职场都能够独当一面，其中新线妈妈更爱在快手关注育儿和职场类内容。



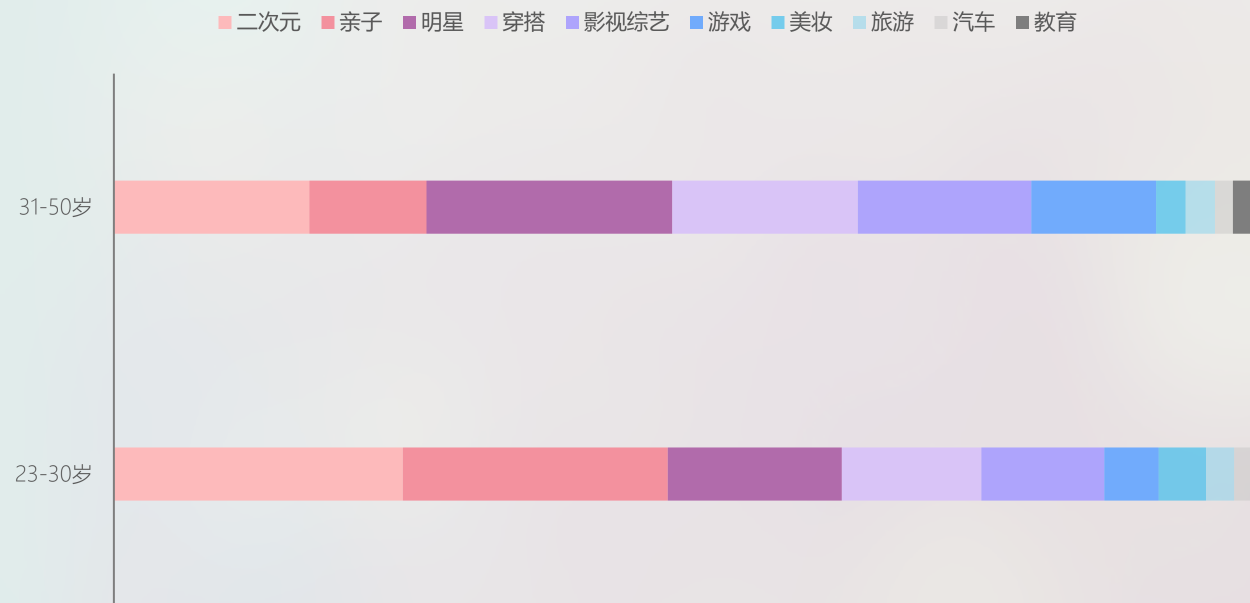
少儿儿歌大全 打工人
职业 儿童玩具屋
儿童智能玩具 古诗三百首幼儿园
早教益智视频 手抄报
空中课堂 一年级上册语文
英语零基础教学 大秦赋



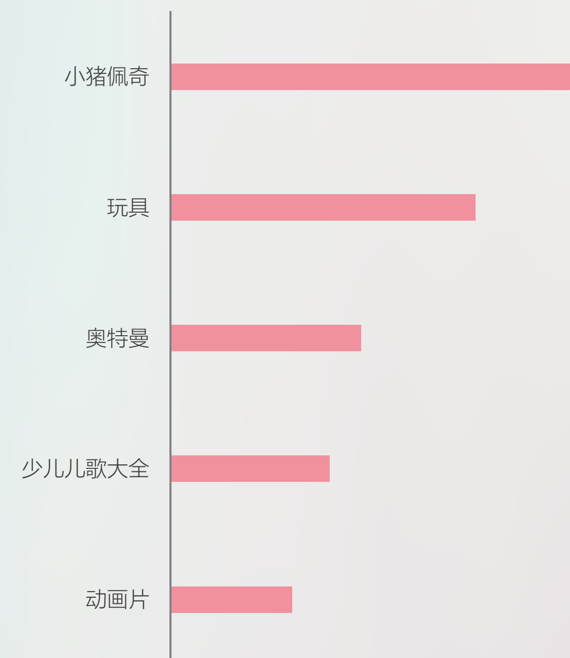
年轻辣妈互联网属性更强，社交养娃是趋势

年轻妈妈更爱在快手搜索二次元、亲子等类内容，短视频社交渗透到养娃的方方面面。

TOP10搜索类目对比

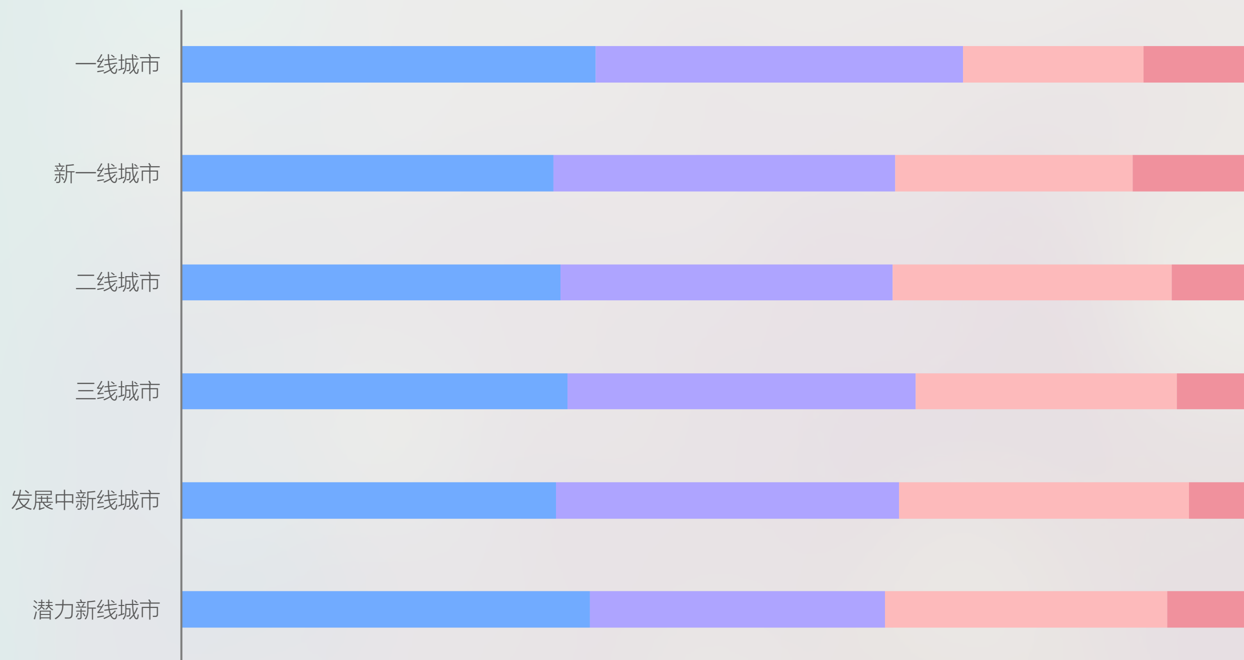


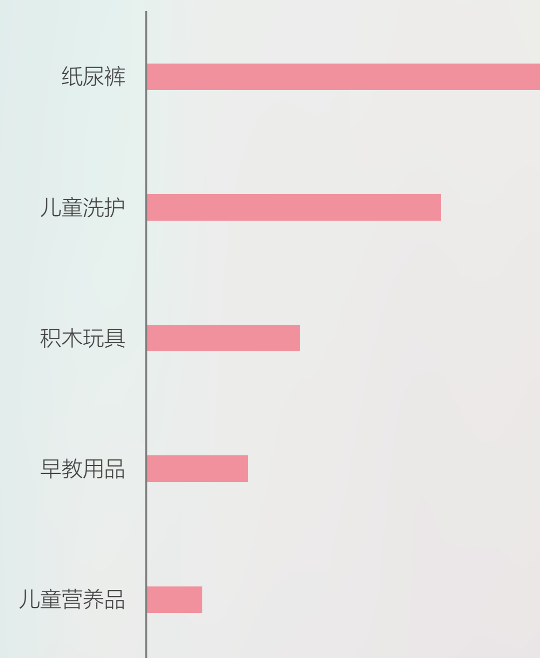
二次元和亲子类TOP5热度搜索词



高线宝妈精致养娃，新线宝妈寓教于乐

高线妈妈在儿童洗护用品和营养食品的投入上相较更大；
新线妈妈注重寓教于乐，更爱买玩具等。





孩童教育市场潜力大，为娃投资不含糊

超能妈妈消费各品类中，手机数码类增速最快；
除手机外，电子教育、智能设备类消费占比和增速都很高。年轻妈妈整体消费增速高于成熟妈妈。

超能妈妈消费增速TOP1

手机数码类

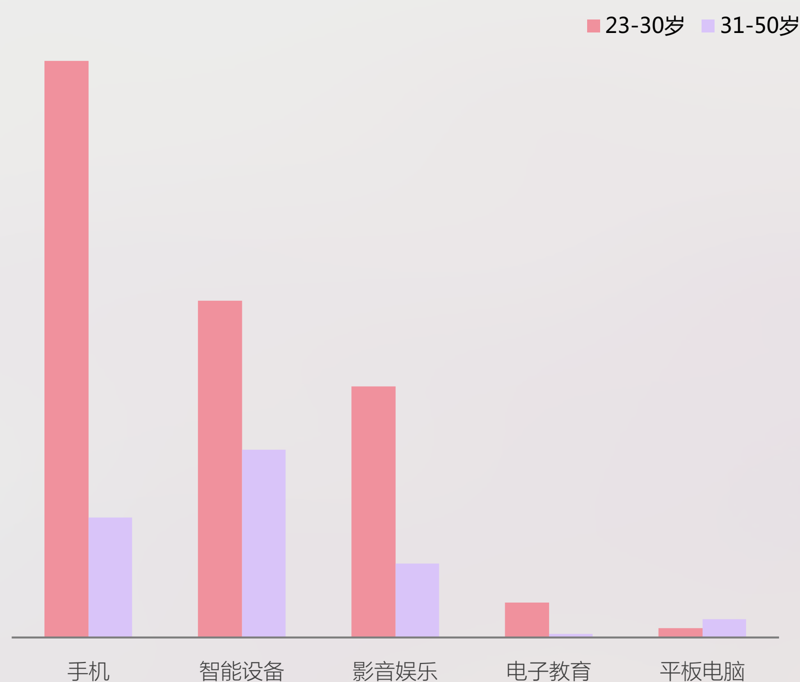
23-30岁年轻妈妈

640.1%

31-50岁成熟妈妈

224.0%

超能妈妈在手机数码类消费中不同品类增速



智能学习机

智能家教机

有道词典笔

点读郎

平板电脑

智能机器人

早教书

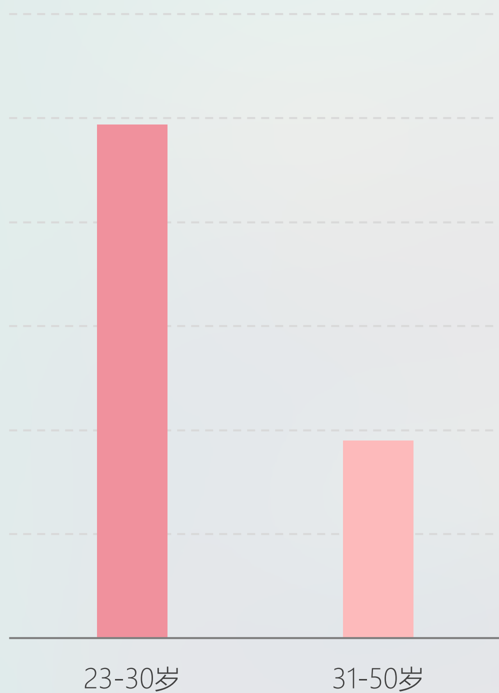


亲子打扮乐趣多，带娃出街更时尚

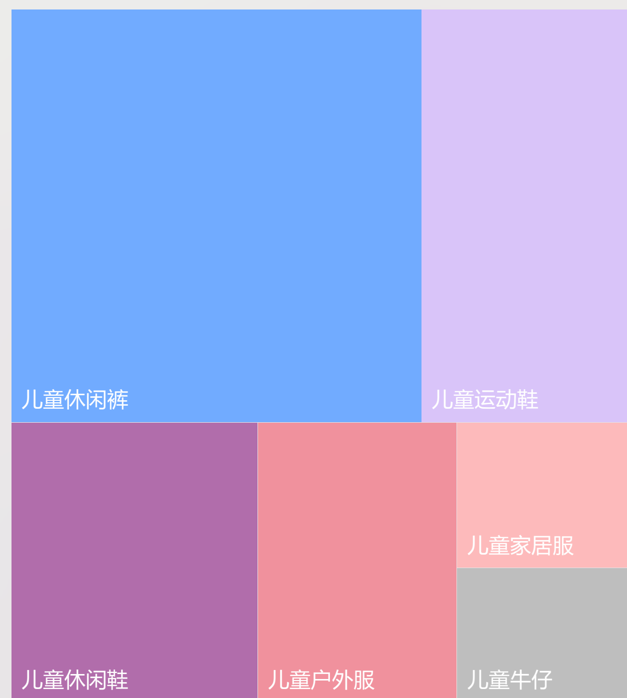
年轻妈妈相较于成熟妈妈更爱给孩子买衣服。

Muse on KWAI 2020

儿童鞋服消费占比



儿童鞋服消费细分占比



儿童服饰热销款

加厚派克服

小熊背包羽绒服

史努比亮面立领

下摆抽绳羽绒服

韩系中大童潮流

炸街羽绒服

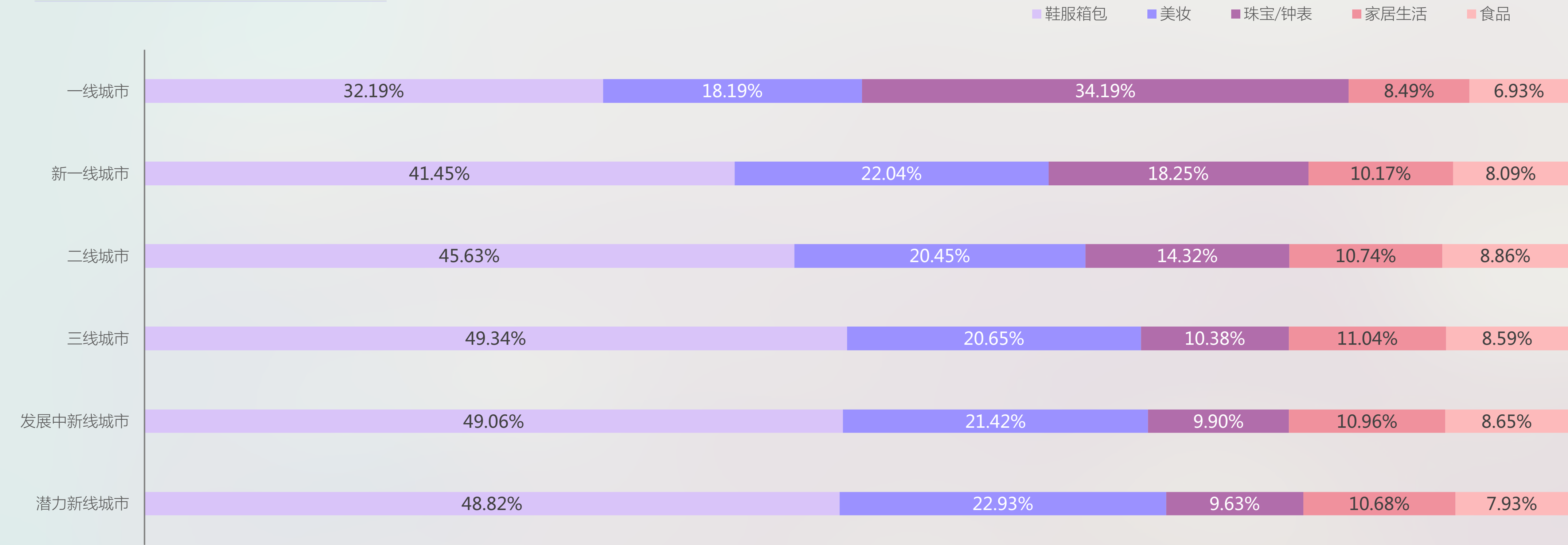
灯芯绒加厚休闲裤

……

取悦自己大不同，高线珠宝新线妆



超能妈妈宠爱自己的方式有所不同，
与新线妈妈爱买美妆不同，高线妈妈更爱买珠宝。

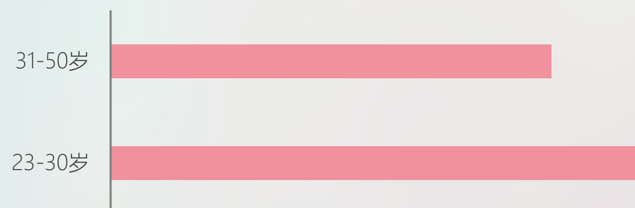


美妆需求有差异，容颜投资不嫌早

Muse on KWAI 2020

年轻妈妈更舍得在面部护肤上花钱，客单价高于成熟妈妈。
年轻妈妈钟情眼影、口红、唇彩等色彩丰富的彩妆产品；30+妈妈更偏好遮瑕类彩妆。

面部护肤客单价对比



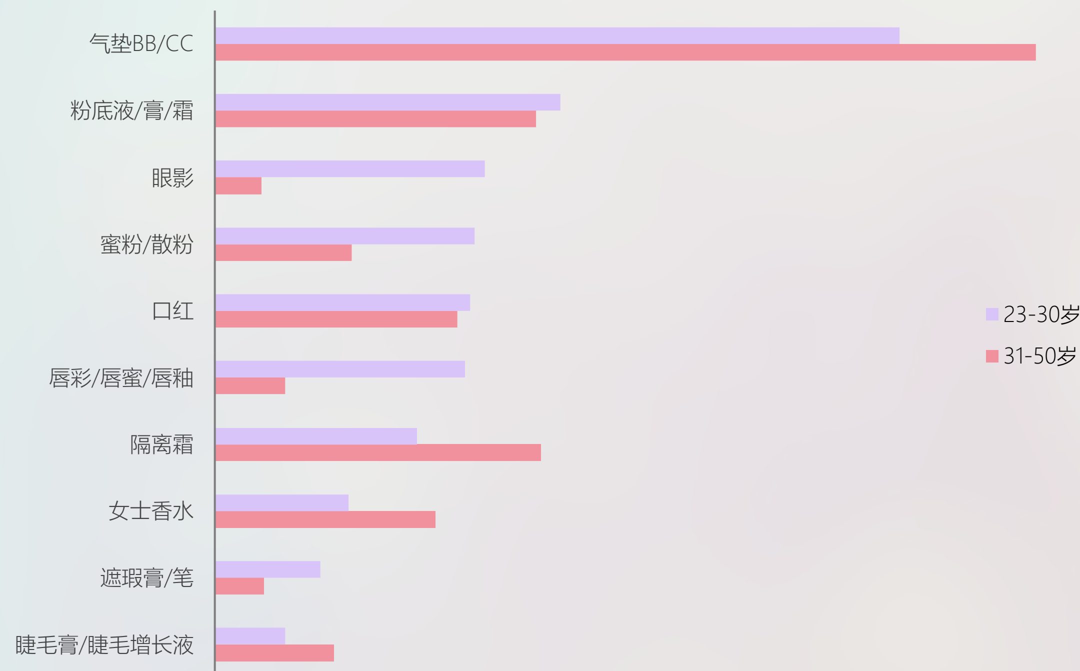
年轻妈妈爱买套盒

黑金臻养修护礼盒
烟酰胺红石榴靓肤套盒
睡眠养肤精华液

成熟妈妈爱买精华乳霜

水光乳
羊胎素肌底修护冻
玫瑰花蜜精华乳霜

彩妆TOP10热销品类



碧海蓝天和沙丘，亲子游说走就走

Muse on KWAI 2020

年轻妈妈向往自由和远方



30+妈妈化身度假达人



Muse on KWAI 2020

这就是快手

超能妈妈

- 社交养娃是趋势，消费理念各不同
- 孩童教育大市场，智能设备是刚需
- 美妆珠宝和时尚，取悦自己各不同



Chapter 04

宝藏浪姐

女人30+，又A又飒，又酷又可爱。

她们独立、自信，有梦想；

她们将阅历转化成勇气，坚定前行；

她们经历百般历练，更加会宠爱自己；

30岁不是梦想的终点，而是人生阶段的新起点。

愿每一位女性在自己的人生中都能够，直挂云帆，乘风破浪！

经济独立重理财，浪姐消费有实力

宝藏浪姐有很强的消费实力，并且注重理财。

宝藏浪姐7-12月客单价增幅

+73.5%

2020.07

2020.12

关注金融理财用户占比

90.1%

同时关注职场和金融理财的用户占比

77.8%

在各个年龄段中占比最高

时尚穿搭更悦己，承包伴侣全方位

宝藏浪姐爱给自己也爱给伴侣买衣服。

7-12月穿搭搜索量增长

+181.3%

12月穿搭搜索

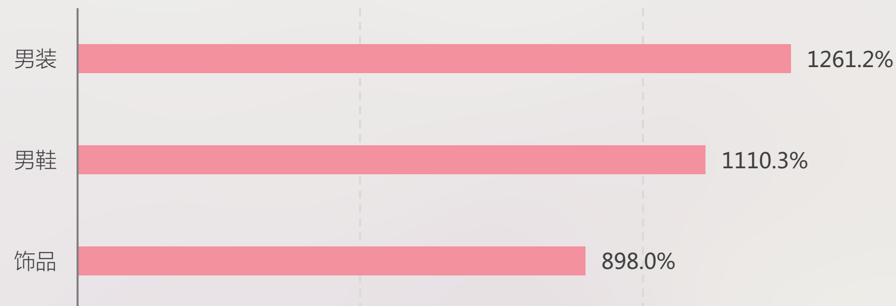
Top 1 女装爆款
Top 2 穿搭技巧
Top 3 直播秒杀

7-12月女装消费增长

+828.3%



7-12月鞋服消费增速TOP3



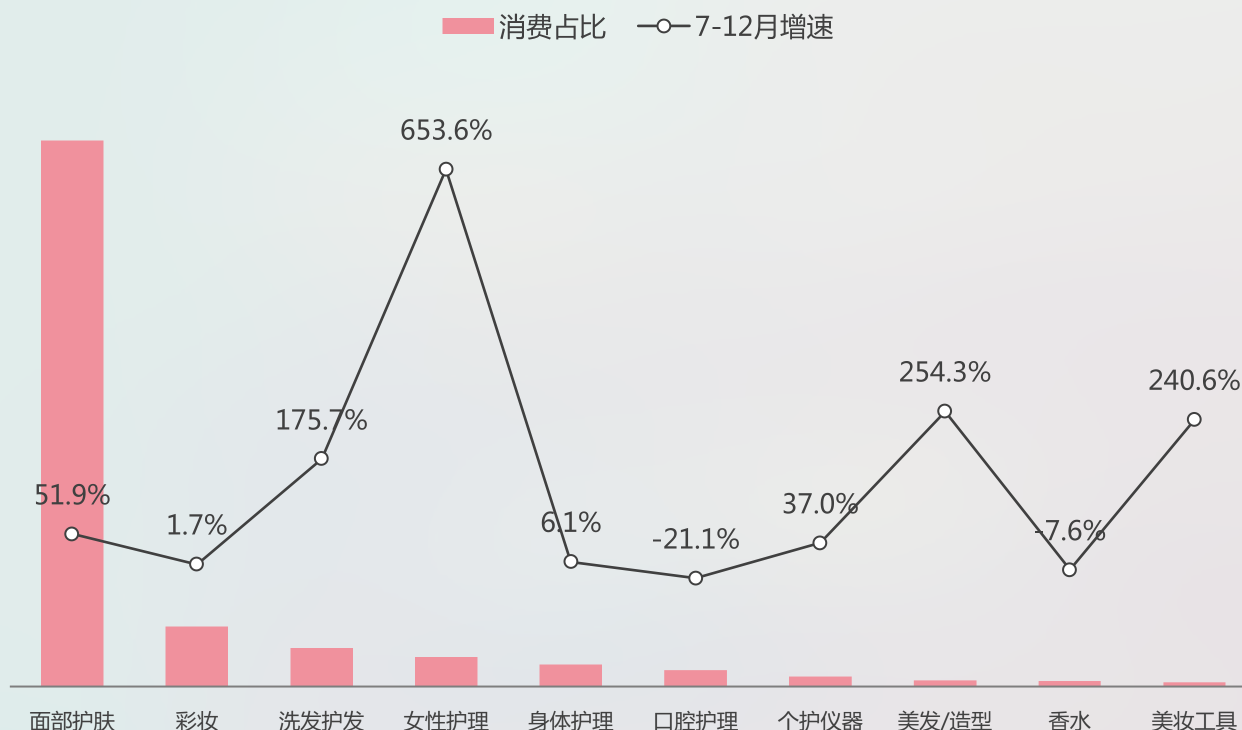
31-50岁的快手女性用户中

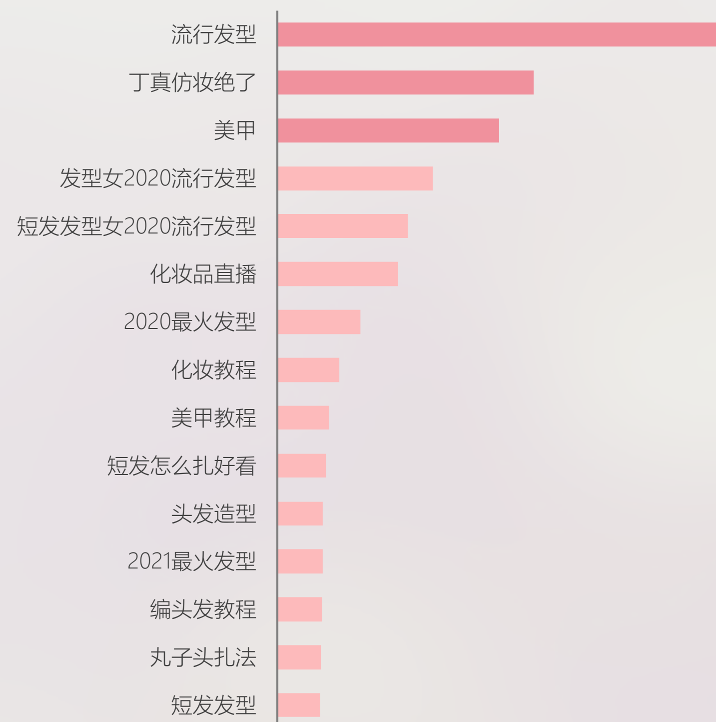
近九成已婚已育

推动男装市场快速增长

美容护理是重点，美发造型不能少

在美妆消费中，除面部护肤外，宝藏浪姐在女性护理消费增速较高，达653.6%；
宝藏浪姐对美发造型的关注度也比较高。

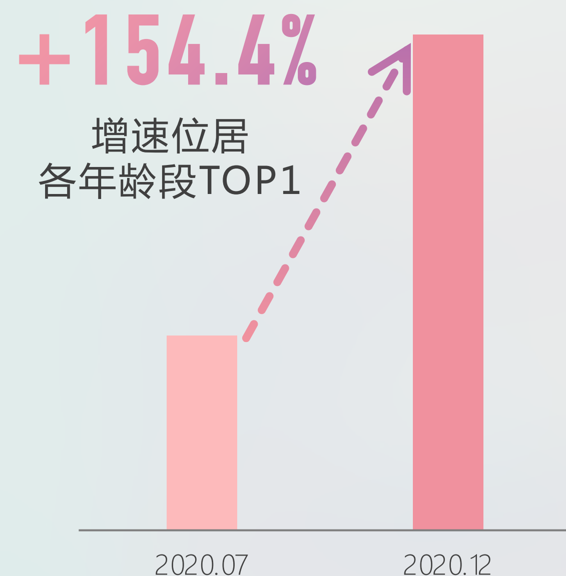




时刻宠爱自己，爱奢侈品更爱珠宝

宝藏浪姐对奢侈品消费增速领先四个年龄段，高达154.4%；
另外，黄金、银饰、翡翠等也备受欢迎。

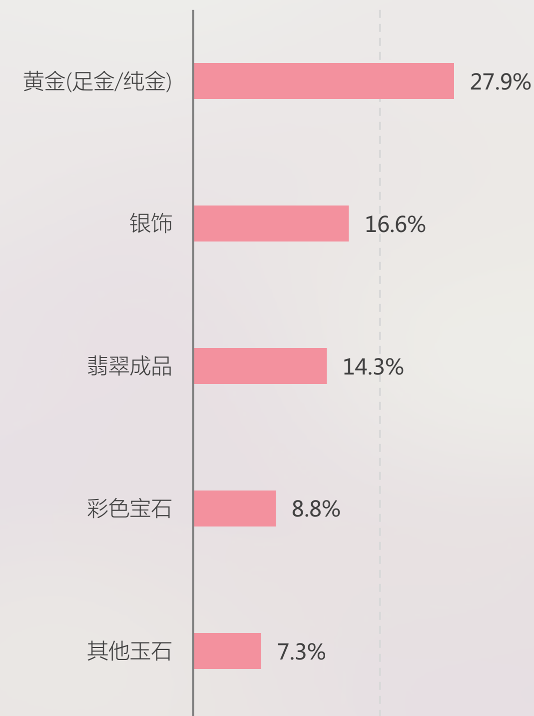
奢侈品消费增速



宝藏浪姐最关注的奢侈品爆款



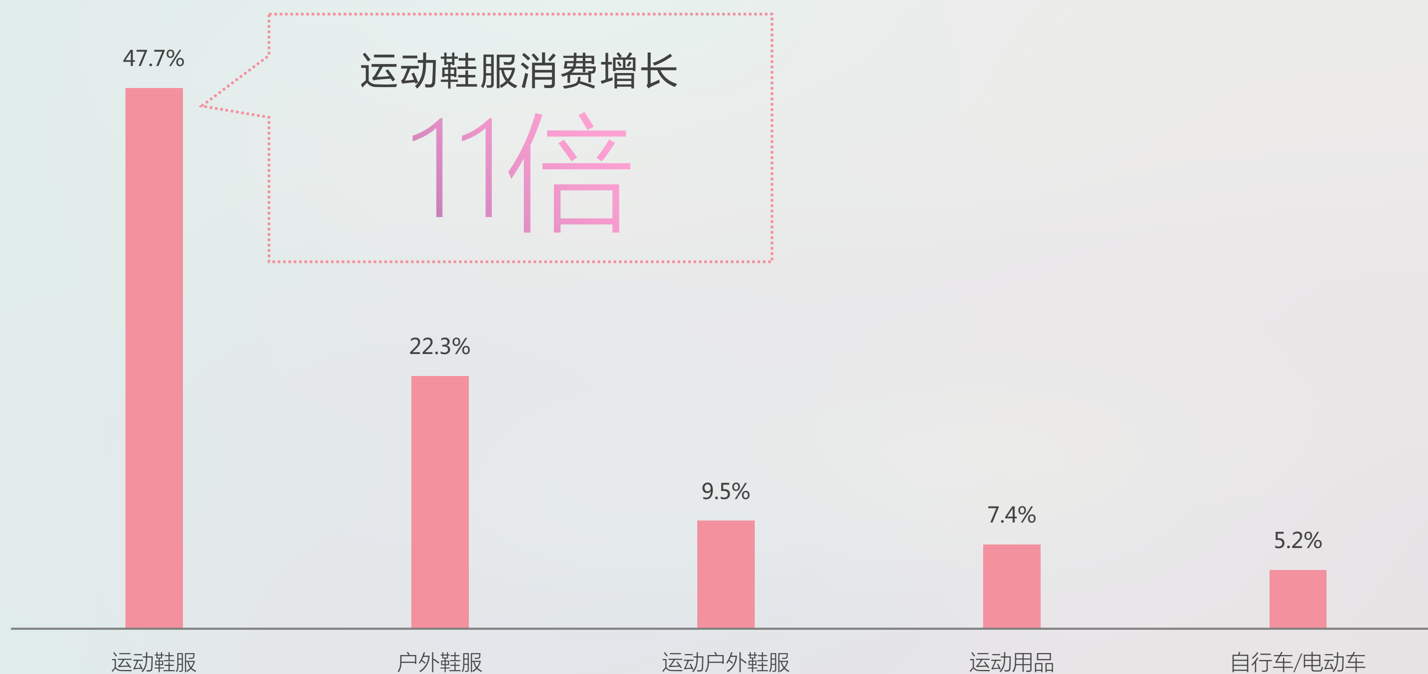
7-12月珠宝消费TOP5



自律更自信，健身更健康



7-12月宝藏浪姐的运动鞋服消费增长11倍，健身操搜索量提升271.1%。



健身操搜索量增长

+271.1%

运动用品Top3

Top1 呼啦圈

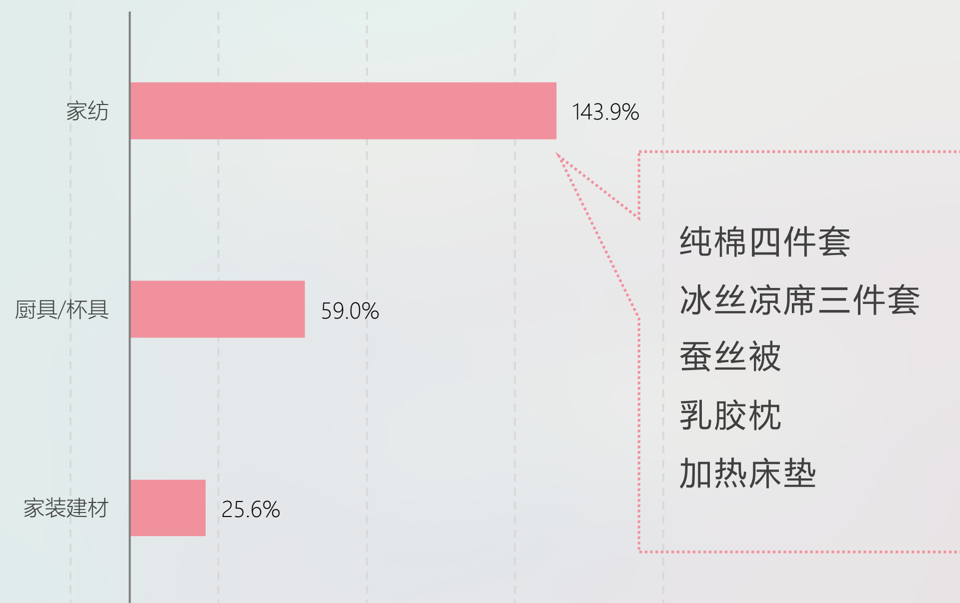
Top2 家用蹦床

Top3 家用跑步机

追求品质家居，家庭消费“大女主”

宝藏浪姐家居消费更注重质感，家纺占比和增速都领先；
家装、厨卫、电器类消费也初具规模，增速较高。

注重生活品质感



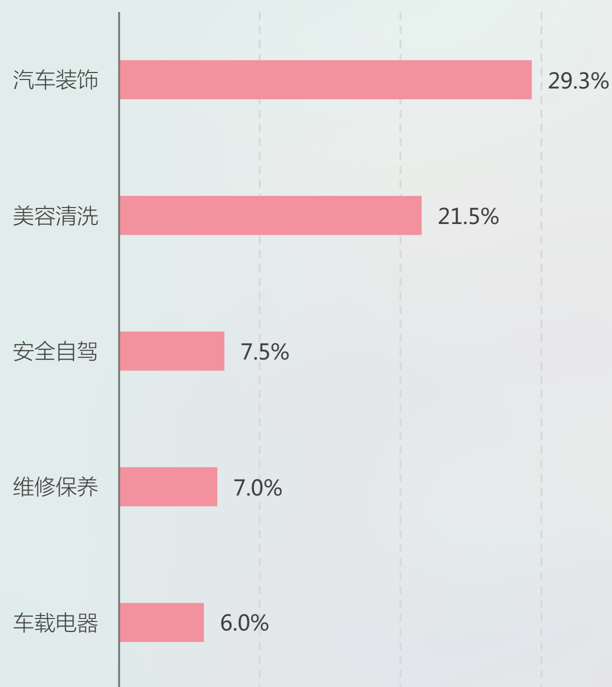
家装厨卫是重点

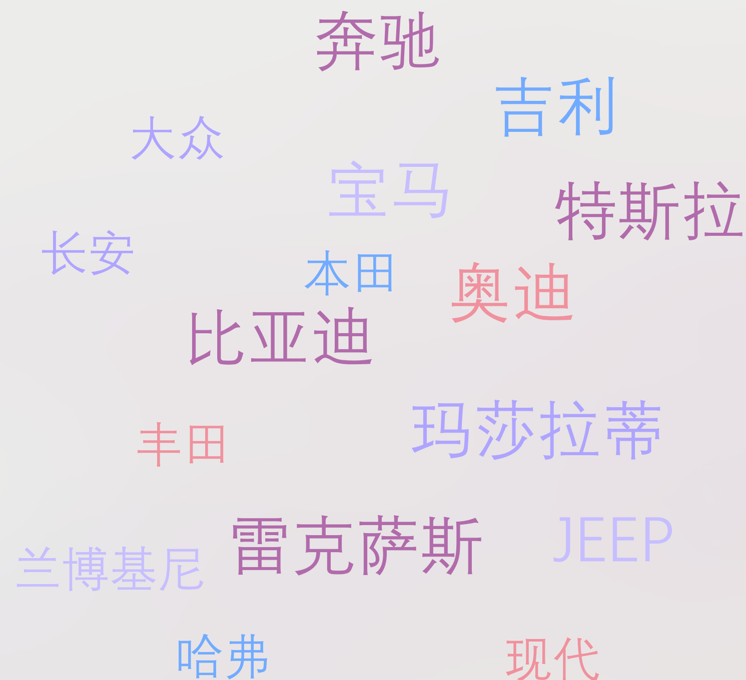


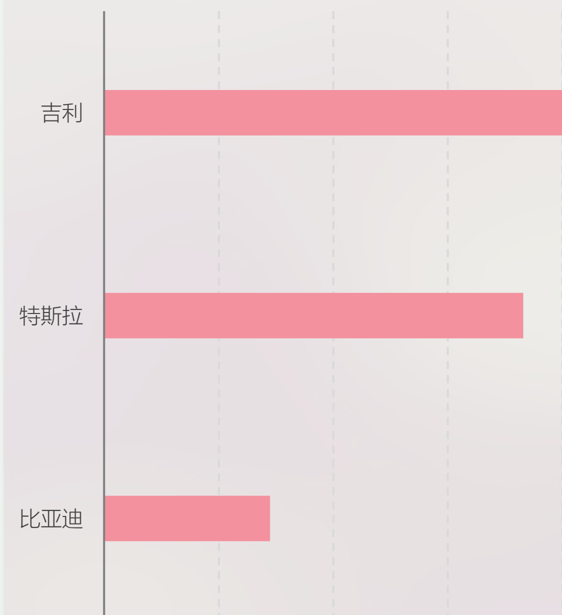
汽车消费崭露头角，浪姐选车个性十足

宝藏浪姐在汽车消费注重装饰、清洁等。她们在家庭汽车消费中拥有决策权，搜索车型独具特色。

Muse on KWAI 2020







Muse on KWAI 2020

这就是快手

宝藏浪姐

- 乘风破浪不设限，悦人悦己更自信
- 宠爱自己有实力，珠宝奢品全配齐
- 家庭消费大女主，打破传统有潜力

Muse on KWAI 2020



Chapter 05

乐活银发

银发一族之所以能够成为崛起的消费力量，是因为她们的生活态度与消费观与从前大不一样。

她们不甘落后互联网时代，乐于学习使用电子产品；

她们投资自己，用行动留住青春；

她们将重心逐步从职场转移到生活，重拾兴趣爱好；

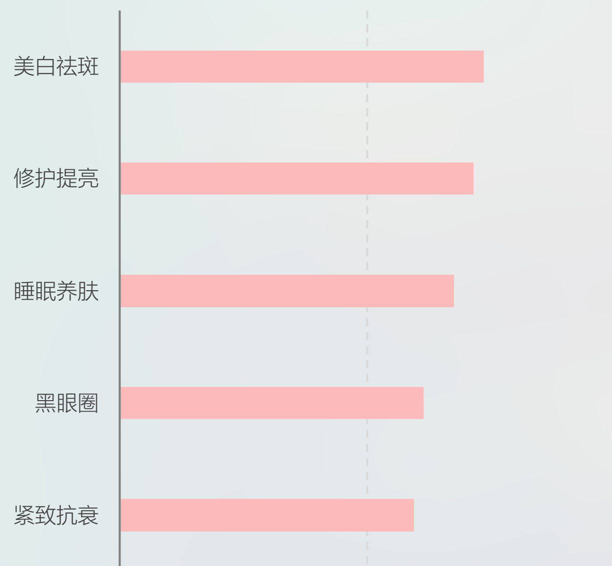
乐活银发坚持充满活力的生活方式与态度，无惧时光与年龄，充实又从容。

青春归位，精致保养由内而外

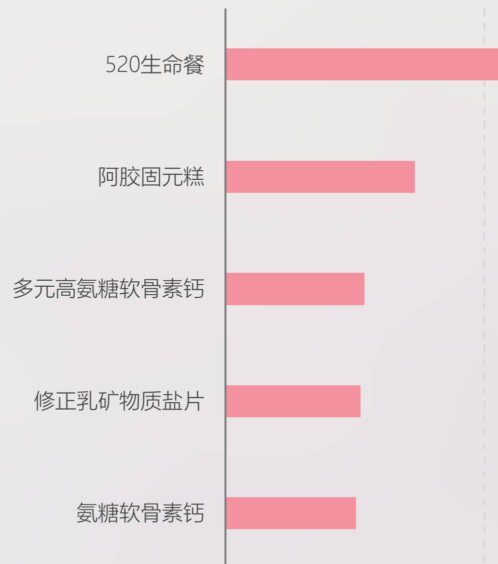
Muse on KWAI 2020

面部护理护肤消费仍是首位，乐活银发爱买精华液和眼霜。追求由内而外的食疗养生，钙片、生命餐、阿胶糕等最受欢迎。服装选择上对时尚、实用的外套青睐有加。

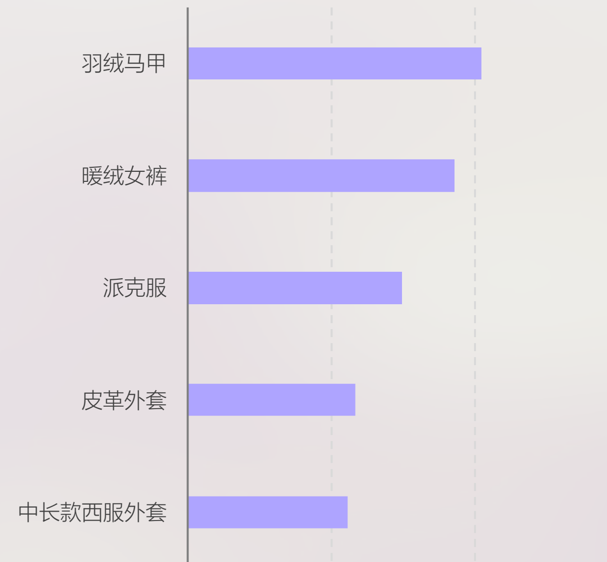
乐活银发面部护肤关注功效关键词



乐活银发消费健康类食品TOP5

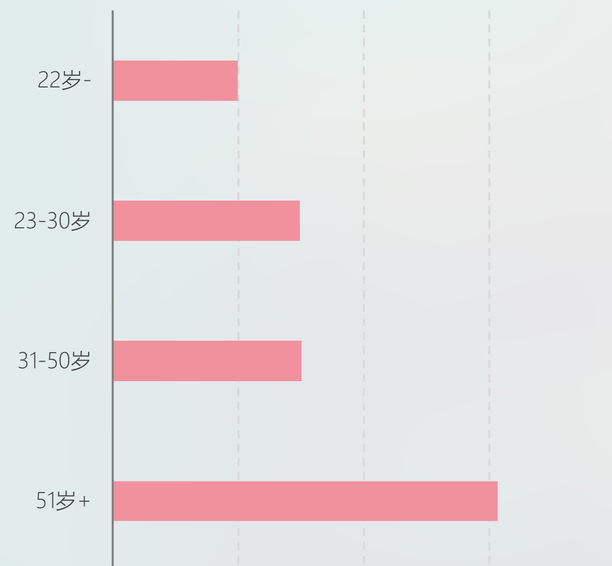


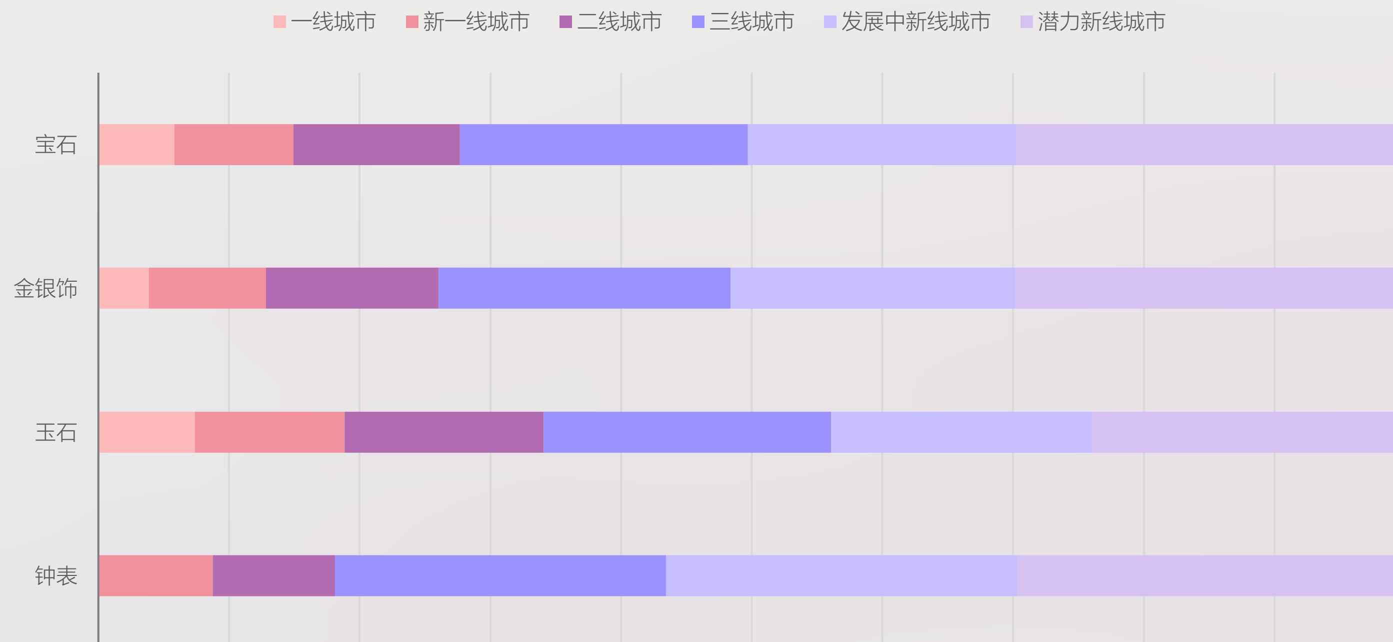
乐活银发购买服饰TOP5



珠宝投资，比红颜更长久

珠宝消费领先四个年龄段，
新线银发更爱买钟表，高线更爱玉石宝石。



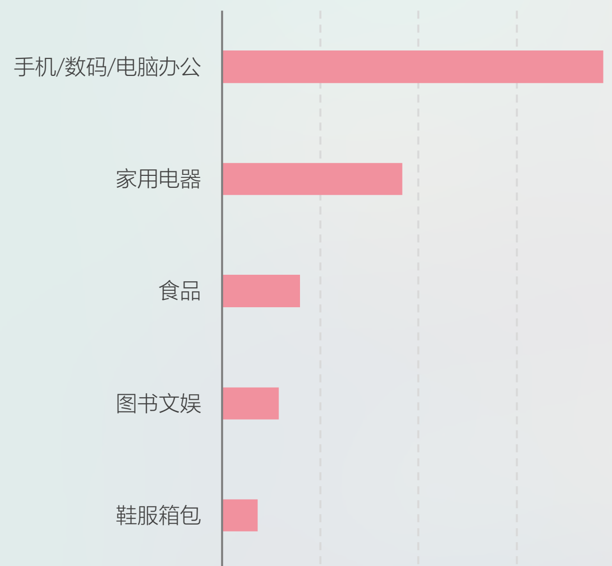


祖孙三代智能化，5G冲浪少不了



乐活银发也是5G冲浪一族，她们在快手给自己买手机、给儿孙买智能家教学习机、平板电脑等。

乐活银发消费品类TOP5增速排行



热门手机机型

索爱智能手机XXN

柔宇折叠手机

糖果手机S30

朵唯Mate30RS手机

酷派手机

……

其他电子产品消费关键词

纽麦教辅郎m11智能学习机

学之识智能学生平板电脑

智能手表

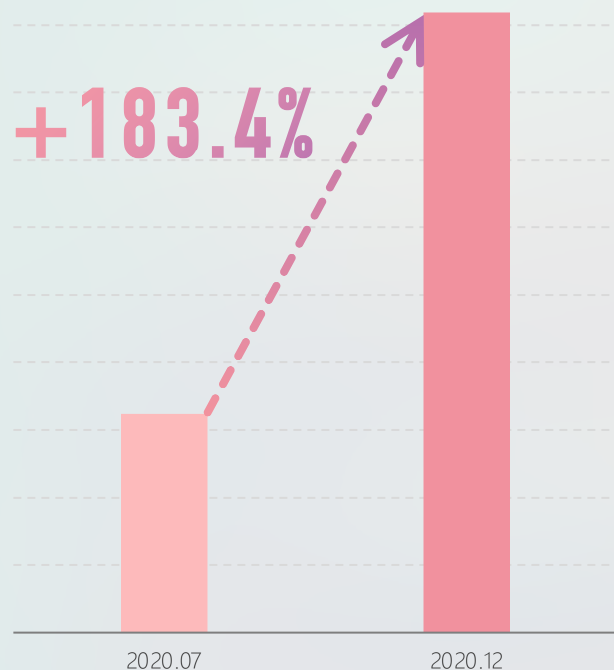
家教学习机

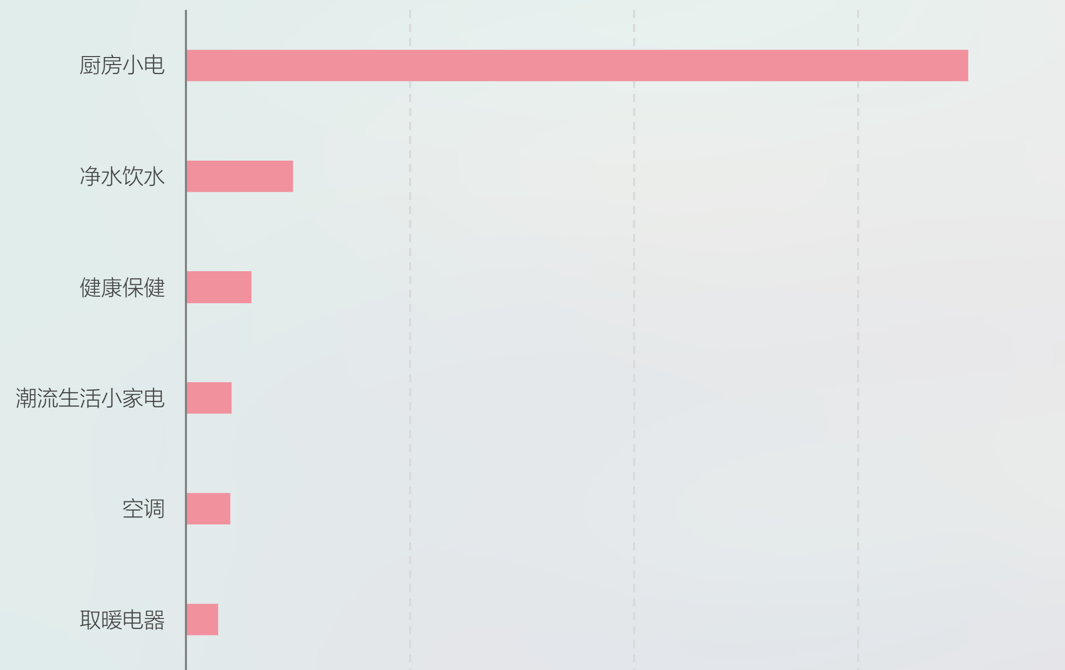
新款天才小麦学习机

……

从职场回归家庭，必备厨房小帮手

家用电器消费增长最快，其中最爱厨房小电。

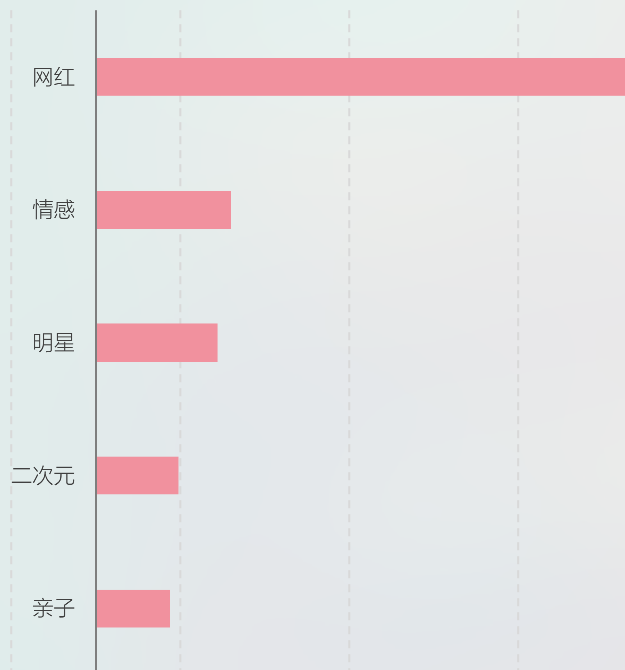




娱乐生活更丰富，情感主播伴左右

乐活银发常关注情感类主播，也会购买些直播设备。

乐活银发12月搜索排行



情感类主播更易产生共鸣

尘客将军

澳洲杨姐

张姐情感主播

清河李哥正在直播

四川可乐情感主播

三姐情感主播

晓月情感主播

……

影音娱乐类消费备受欢迎

直播声卡套装

多功能声卡

声麦

黑金刚麦克风

豪华直播套装

……

Muse on KWAI 2020

这就是快手

乐活银发

- 投资美丽与健康，无惧年龄更自由
- 家庭生活有帮手，有钱有闲爱旅游
- 5G时代齐冲浪，娱乐生活多姿彩

Muse on KWAI 2020

每一位女性，都独具魅力
每一位女性，都值得精彩的人生

色彩主义者 精致养娃 寓教于乐 社交养娃 5G冲浪 养生一族

潮酷女孩 **超能妈妈** **乐活银发**

运动达人 时尚弄潮儿 宠爱自己 有钱有闲

追星少女 **新锐白领** 小资生活 **宝藏浪姐**

护肤达人 生活美食家 大女主 打破传统